جامعــة المنوفيـة
كلية التربية النوعية
قسم الإعلام التربوي

محاضرات في

مدخل إلي الراديو والتليفزيون

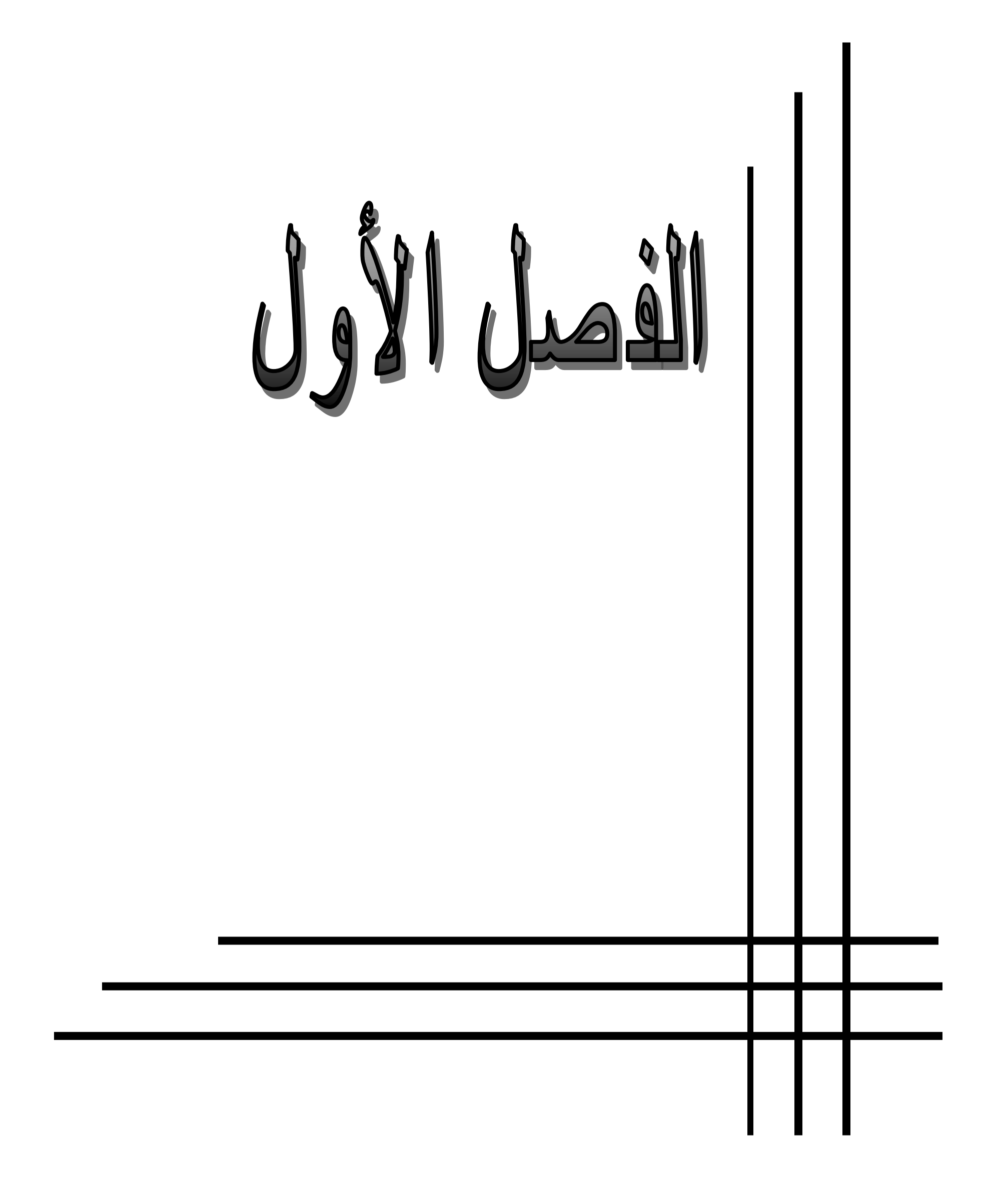
(الفرقة الأولي- الإعلام التربوي)

جامعــة المنوفيـة
كلية التربية النوعية
قسم الإعلام التربوي

محاضرات في

مدخل إلي الراديو والتليفزيون

(الفرقة الأولي- الإعلام التربوي)



الفصل الأول

الأهداف الإجرائية للفصل الأول

بعد دراسة هذا الفصل ينبغي أن يكون الدراس قادراً علي :

1. التعرف علي نشأة الراديو كوسيلة اعلامية في العالم.

2. التعرف علي نشأة الراديو في مصر ومراحل تطوره.

3. التعرف علي نشأة التليفزيون في العالمو مصر.

4. التعرف علي اختصاصات التليفزيون .

مقدمة:

استمرت الوسائل الإعلامية المطبوعة فى التأثير على الرأى العام ، بإيصال المعلومات والمواد الترفيهية إلى ملايين الناس ، أعلن القرن العشرون عن قدوم عصر الاتصال الإلكتروني ، الذى احدث أيضا وبطرق كثيرة تغيرا فى عادات المستهلكين لوسائل الاتصال ، بدأ الناس فى تمضية مزيدا من الوقت مع مبتكر جديد اسمه : " الراديو " مع انهم تركوه مؤقتا لظاهرة التليفزيون ، إلا أنهم عادوا إليه ، وازدهر الراديو مرة أخرى على حد قول " **جون ر . بيتر** " ويكفى أن نعلم أن فى الولايات المتحدة الأمريكية وحدها أكثر من ثمانية ألاف محطة راديو ، وهو يصل اليوم الى كل زاوية من الكرة الأرضية ، ناقلا احدث الاغانى الشعبية الى المدينة الحضرية الكبيرة او معلومات وإرشادات زراعية الى القرية النائية ، أن الراديو فريد فى قابليته للحمل ، وكذلك فى قدرته على الوصول الينا فيما نحن منهمكون فى عمل أشياء أخرى مختلفة ، او حتى إثناء استهلاكنا لوسائل اتصال أخرى .

ولذلك يقول : " **مارشال ماكلوهان** " : أن الراديو هو " الذى يتيح تسريع الإعلام الذى ينعكس على وسائل اتصال أخرى ، بيد انه يجعل العالم يتضاءل حتى يصل الى حجم القرية الصغيرة " ، فقد الغيت المسافات والحدود المعنوية والمادية بين دول العالم ، وتحولت الكرة الأرضية – كما يقول بذلك " **ادوارد واكين** " – بمس كهربائي الى مالا يزيد عن مجرد قرية

إن محطة الإذاعة اليوم هي جمع معقد للتفوق Sophistication الاليكتروني والإبداع الخلاق ، على عكس ماكانت عليه المحطات فى أوائل العشرينات من القرن العشرين حين كانت تقوم على الصمامات والأسلاك ، أن الراديو يسيطر ليس فقط على انتباه المستمعين ، بل على الخيال ايضا ، وان كانت قدرة الراديو على إثارة الأخيلة الإبداعية لها سلبياتها ، ذلك إن الأخيلة التي تطلقها المنبهات السمعية تعتمد على حد كبير على تجربة المستمعة الخاصة ربما أكثر من المؤثرات البصرية ، ومع ذلك فان الراديو لدية القدرة على ايصال الرسائل ذات الصفات الخاصة ، وعلى سبيل المثال : المنتجات غير الملموسة من الممكن أن تباع جيدا من خلال الراديو ، وبالتالي ، فان تكلفة الرؤية : Visual Costs المضافة فى التليفزيون غير ضرورية فى بعض الأحيان ، وإعلان الراديو الأقل تكلفة يستطيع أن يقوم بالوظيفة بفعالية متساوية ، علاوة على ذلك تلافى الصحافة الإذاعية نموا وتقديرا هما جديران بالاعتبار.

ميلاد اللاسلكي " ماركونى " (1901)

بدأت التجارب الأولى التى أجريت من اجل نقل الصوت عبر الأثير الى أواخر القرن التاسع عشر ، عندما اخذ "ماركونى " (1874 – 1937) يجرى التجارب على نظريات " **هنريك هيرتز** " : الخاصة بالموجات الكهرومغناطيسية وعندما نجح فى ذلك انتقل من ايطاليا الى انجلترا حيث نجح فى شرح جهازه وتلقى الدعم من إدارة مكتب البريد البريطاني ، وفى 2 يونيو 1896 سجل " ماركونى " اختراعه الجديد المسمى : " التليغراف اللاسلكى "

واستمرت تجارب : ماركونى " حيث استطاع ان يربط بين الجزر البعيدة عن الساحل البريطاني بوسائل الاتصال مع السفن فى عرض البحر ، واستطاع أن يطور من اختراع " **سمويل ف . ب موريس** " المهم فى أمريكا والخاص بعمل وصلة لاسلكية عبر المحيط الاطلنطى ، وفى 12 ديسمبر 1901 ، أمكن بواسطة هوائي شراعي ووحدة بسيطة للاستقبال التقاط حرف س متكررا عبر سماعات الرأس ، مما جعل

الصحف والمجلات فى جميع أنحاء العالم تعلن هذا الحدث التاريخي المهم وترحب به (ومنها صحيفة : نيويورك تايمز " الأمريكية والتى وصفت أول عملية بث لاسلكي عبر الاطنلطى بأنه أروع اكتشاف) وبهذا النجاح انشأ " ماركونى " سلسلة من الشركات التى تحكمت فى سوق اللاسلكى ، حتى انه اتهم بالنزعات الاحتكارية لرفضه السماح للسفن المجهزة بمعدات شركات أخرى بالاتصال مع المحطات الساحلية والسفن المجهزة بمعداته اللاسلكية ، وعلى الرغم من الانتقادات الموجهة إليه تمكن : ماركونى : من الانطلاق بانجازاته فى مجال اللاسلكى الى أفاق متقدمة تجاوزت عالم الاختبار والتجربة.

تطورات لاحقه على اختراع الراديو في العالم

لاشك إن اختراع : ماركونى : كان تطبيقا لمبدأ هو إرسال شفرة " موريس، الكهرومغناطيسية .. ولكن ماركونى : كان فقط الأول من طابور طويل أسهم فى اختراع الراديو.

فعلى سبيل المثال كانت واحدة من اكبر العقبات التى تم التغلب عليها هى جهاز الاستقبال ، الذى كان جهازا ضخما ومعه هوائي كبير لاستقبال النبضات الكهربائية الدقيقة ، وقد استطاع " ج . امبروز فليمنج " عام 1904 من اختراع صمام استقبال من عنصرين سمى : صمام فليمنج الذى استطاع الى حد كبير تضخيم إشارات الراديو القادمة كما استكمل تطوير هذا الجهاز مخترع آخر هو : لي دى فوريست : Lee De Forest وسمى باسم : صمام فوريست الاوديون او الصمام الترميونى الذى لا يزال مستعملا الى يومنا هذا.

وفى الوقت نفسه الذى استمر كل من فليمنج ودي فوريست وماركونى " يجرون تجاربهم التاريخية ، دخل مزارع امريكى من كنتاكى يدعى : ناثان ب. ستيبلفيلد التاريخ لبثه أول صوت عبر اللاسلكى باستعماله طريقة الحث اى العملية التى بها يستطيع جسم ذو خصائص كهربائية ومغناطيسية أن يحدث خصائص مماثلة فى جسم

مجاور من غير اتصال مباشر بينهما ، إلا أن الأمل فى هذه التجربة – والتى تمت سنة 1892 – كان ضئيلا لان نجاحها كان جيدا لمسافات قصيرة فقط ، بينما استطاع أستاذ من جامعة بتسبرج اسمه " رجينالد أ. فسندن " يصاحبه بعض المستثمرين المحليين من بث الموسيقى الى السفن فى البحر فى ليلة عيد الميلاد العام 1906 ، وبمساعدة مهندس من جنرال اليكتريك يدعى " أرنست الكساندرسون " تم استعمال مولد التيار المتردد بنجاح لبث أصوات " أيتها الليلة المباركة " بين ساحل ماساشوستس وجرز الهند الغربية ، وفى العام 1908 قام " دى فورست " بإجراء تجارب ناجحة فى إذاعة الصوت من أوروبا.

واستمر الراديو فى طريقة الى مرحلة النضج بسرعة ، مع قدوم إذاعة الصوت خاصة بعد استيلاء الحكومة الفيدرالية الأمريكية على الصناعة خلال الحرب العالمية الأولى حيث تم إعطاء دعما إضافيا للإذاعة ، على الرغم من أن طاقات الاتصال كانت موجهة بالدرجة الأولى نحو المجهود الحربي والدفاع عن الوطن

ولم يمض وقت طويل حتى بدأ الناس يدركون أن الراديو أكثر بكثير من مجرد اتصال بين الساحل والسفينة وبدأ المجربون فى تطبيق الراديو كوسيلة اتصال جماهيري ، وكتب مهندس امريكى يدعى " ديفيد سار نوف " وكان يعمل سابقا فى شركة ماركونى الأمريكية مذكرة سنة 1916 الى رئيسه الجديد فى آر. سى . ايه (R.C.A.) او شركة الراديو الأمريكية يقول فيها : " فى ذهنى خطة لتطوير الراديو بحيث يصبح منفعة منزلية مثل البيانو او الفونوغراف الفكرة هى ان تأتى الموسيقية الى البيت باللاسلكي ، من الممكن تصميم جهاز الاستقبال على شكل صندوق راديو موسيقى بسيط .. مجهز بصمامات مضخمة وتليفون مكبر للصوت ، بحيث تركب كلها بإتقان فى صندوق واحد .. علاوة على الربح الممكن جنيه من هذا الاقتراح ، فان إمكانيات الإعلان للشركة ستكون كبيرة جدا لان اسمها فى النهاية سيدخل المنزل ، وسينال اللاسلكى الاهتمام على المستوى الوطني والعالمي".

أول محطة إذاعة منتظمة أمريكية (1920)

وفى العام نفسه كان الدكتور " فرانك كونراد " المهندس فى شركة" وستنجهاوس " فى بتسبرج (مدينة فى ولاية بنسلفانيا على نهر الاوهايو ، أهم مركز فى العامل لصناعة الحديد والصلب) بتشغيل محطة راديو تليفزيون للهواة مرتبطة بالاختبارات التى كان يجريها مصنع تلك الشركة ، وقد اعتاد " كونراد " إذاعة الموسيقى المسجلة ونتائج المباريات وما يشبه الى حد ما برنامج " ما يطلبه المستمعون الهواة " وقد أثارت برامجه غير الرسمية هذه اهتماما كبيرا مما دعا الصحافة الى كتابة تقارير إخبارية عنها ، وقد شجع نجاح إذاعة " كونراد " احد أصحاب المحال التجارية فى بتسبرج على عرض أجهزة استقبال جاهزة أعلن عنها فى صحف المدينة ، وحدد ثمن الجهاز بعد تجربته فى المحل بعشرة دولارات فقط.

وقد بدأت هذه المحطة والتى تسمى " كي دى كي . ايه KDKA فى 2 نوفمبر 1920 بإذاعة برامج منتظمة وقد وافق افتتاحها إجراء انتخابات الرئاسة الأمريكية فبدأت بث نتائج انتخابات سباق " هاردنج – كوكس وخلال الأشهر القليلة الأولى لتشغيل هذه المحطة ، أذاعت وصفا صوتيا لمباريات فى الملاكمة ، وفى كرة القاعدة (بيزبول) كما أذاعت الشعائر الدينية التى تقام فى الكنائس ، والمسرحيات ، وهذه المحطة لقبت مرارا بالمحطة الإذاعية الأولى ليس فى الولايات المتحدة فقط ، وإنما فى العامل كله ، لقد كانت بالفعل أول محطة لديها استمرارية برامج مجدولة بانتظام.

نشأة الراديو فى مصر وتطوره

المرحلة الأولى: المحطات الأهلية (1925 – 1934):

صحيح ان مصر عرفت محطات الراديو فى العشرينيات من القرن العشرين على شكل محطات اهلية تجارية ، قامت على أكتاف مجموعة من الهواه ، وكانت ضعيفة فى قوة إرسالها وفى مدى انتشارها وفى تمويلها ، وفى مستواها الفني والاخلاقى ايضا . ومن أمثلتها فى مدينة القاهرة راديو فاروق ، راديو فيولا ، راديو مصر الجديدة ،

راديو القاهرة ، راديو الأميرة فوزية ، راديو صابغ ، راديو فؤاد ، راديو أبو الهول ، راديو مصر الملكية ، راديو مصر الحرة ، راديو سابو

وفى مدينة الإسكندرية: راديو ماجستيك ، راديو فريد ، راديو فويس ، راديو نافيرا) ولم يكن لها هدف قومي ، وكان ما كان يعنيها هو الكسب المادى ، عن طريق الإعلانات التجارية ، وكانت فى معظمها ترفيهية ، ومنخفضة المستوى وكانت تهاجم بعضها بعضا بأسلوب بعيد كل البعد عن قواعد الأدب او الذوق السليم.

ومع ذلك فلقد صدر ، مرسوم ملكي فى 10 مايو 1926 ، خاص بتحديد شروط حيازة الاجهزة اللاسلكية فى القطر المصري ، وقد فرض على حائزي اجهزة الاستقبال دفع رسم سنوي قدره ثمانون قرشا مضافا إليه خمسة قروش عن كل لمبة (صمام) كما سمح للهواة بممارسة حقوقهم فى امتلاك محطات للراديو فى ظل اتفاقيات دولية ، وكانت مصر قد اشتركت فى اتفاقية لندن فى 5 يوليو سنة 1912 ، ثم فى اتفاقية واشنطن فى 25 نوفمبر سنة 1927 بعد ذلك لتنظيم استعمال اللاسلكي وأجهزة الموجات الأثيرية.

ونستطيع ان نقرر هنا ان مرحلة المحطات الإذاعية الأهلية فى مصر (1925 – 1934) كانت مماثلة للنظام الاذاعة التجاري او الاذاعة كمشروع خاص ، والذي بدأت بع معظم الأنظمة الإذاعية فى أوروبا والأمريكيتين ، حيث يقتصر أسلوب السيطرة الحكومية على منح التراخيص الإذاعية ، بينما تمول الاذاعة من اشتراكات المستمعين ومن الإعلانات.

المرحلة الثانية : بداية الاذاعة الحكومية (1934) :

وعندما قررت الحكومة وقف المحطات الأهلية عن البث الاذاعة فى 29 مايو 1934 قررت فى الوقت نفسه تشغيل محطة اذاعة تابعه لها وحدها ، تقوم بتشغيلها شركة " ماركونى" 0 لما لها من الشهرة العالمية والخبرة الواسعة فى هذا الفن) وفى 10 يناير 1934 ، تم وضع الأسس التى تراعى فى انشاء الاذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية وهى :

(1) ان يكون " أبو الهول" شعار للإذاعة ، على أساس ان مصر معروفة بالأهرام وأبى الهول(ظل أبو الهول شعارا للإذاعة المصرية حتى تم تغييره فى العام 1955)

(2) ان تظل الاغانى الشرقية ذات التخت 0 الاغانى الطويلة المكررة البطيئة) هى المسيطرة وان يكون اجر الاغنية على أساس الدقائق التى تستغرقها الاغنية ليتبارى المطربون فى الإطالة والتكرار فى أغانيهم).

(3) عدم ضم مصر الى اتفاقيات حقوق المؤلف العلمية 0 ليبقى أصحاب الأفكار غير قادرين على الإجادة لأنه لا حقوق لهم)

(4) تضييق الخناق على مؤلفي الإعمال الفنية : مسرحية او إذاعية او سينمائية ، عن طريق وضع قانون للرقابة مليء بالمحظورات ، بحيث يدور المؤلف فى حلقة واحدة ضيقة.

(5) تمجيد صاحب الموهبة الصوتية وإهمال او الحجر على صائغ الفكر (سواء كان مؤلفا او موسيقيا).

وقد تم تشكيل لجنة للأشراف على الاذاعة من :

- السير هنرى باركر : صاحب شركة " باركر" ورئيس مجلس إدارة شركة " ماركونى: بمصر
- على إبراهيم باشا : عميد كلية الطب : رئيسا للجنة برامج الاذاعة
- الانورايل سيسل كاميل : مدير إدارة شركة " ماركونى" اللاسلكية بمصر.
- المستر س. ديلانى : مدير عام شركة " ماركونى " بمصر
- محمد سعيد لطفي : المستشار العربى لشركة " ماركونى"
- محمد عبد العال افتدى : رئيس ادارة الحركة بشركة "ماركونى"

وسرعان ما دب الخلاف بين الجانبين المصري والانجليزي ، فى هذه اللجنة ، خاصة وان المناخ العام لمصر فى ذلك الوقت ، يجيش بمشاعر

السخط على الاستعمار الانجليزي ، كما ان الجانب المصري لم يذعن أبدا الى ما جاء فى نص الاتفاقية الموقعة ما بين الحكومة وشركة " ماركونى" من ان برامج الاذاعة تقتصر فقط على مواد التسلية والتعليم ، دون الشئون السياسة ، حيث سرعان ما جعلت الاذاعة للأخبار نشرتين الأولى فى الساعة الثانية والنصف بعد الظهر والثانية فى الساعة الثامنة والنصف مساء 0 وهما الآن أهم نشرتين فى اذاعة البرنامج العام بالقاهرة.

المرحلة الثالثة : تمصير الاذاعة (1947) :

كان العقد المبرم بين شركة " ماركونى" التلغرافية البريطانية وبين الحكومة المصرية ينص على ان تسلم الشركة للحكومة المصرية الاذاعة بمحطاتها واستوديوهاتها فى 31 ديسمبر 1949 ، ولكن الحكومة بعدما فطنت الى أهمية الاذاعة كمرفق حيوي يؤثر فى الراى العام ، كما أنها أداة تثقيف وترفيه وإرشاد وفى ظل تحرج الأمور بين مصر وبريطانيا ، بسبب عدم جلاء القوات البريطانية عن قناة السويس ، رأت الحكومة المصرية فسخ العقد المبرم بينها وبين شركة " ماركونى" اعتبارا من 20 أكتوبر 1947 وأصبحت الاذاعة المصرية ادارة مستقله تسمى : ادارة الاذاعة اللاسلكية المصرية ، وتلحق بوزارة الشئون الاجتماعية ، ويشكل مجلس ادراتها من ثلاثة عشر عضوا برئاسة وزير الشئون الاجتماعية وعضوية وكلاء وزارات الشئون الاجتماعية ، والمواصلات والداخلية والخارجية والمعارف العامة ، ومفتش عام مصلحة التلغراف والتليفونات ، وجير الاذاعة اللاسلكية وخمسة أعضاء من بين المشتغلين بالشئون العامة يعينون لمدة ثلاث سنوات قابلة للتجديد وقد صدر قرار فى 17 نوفمبر 1947 بتعيين هؤلاء الخمسة وهم السادة : طراف على باشا ، محمد زكى على باشا ، منصور فهمي باشا ، محمد سعيد لطفي باشا ، الأستاذ عباس محمود العقار.

ويختص مجلس ادارة الاذاعة بما يلي:

- توجيـه الساسـة العامـة للإذاعـة اللاسـلكية فـى المملكـة المصـرية والإشراف على البرامج
- تكوين اللجـان الثقافيـة والفنيـة ، اللازمـة لاقتـراح موضـوعات الاذاعـة واختيار المتحدثين والفنانين ومن إليهم
- إعداد ميزانية الاذاعة ووضع الحساب الختامي السنوي
- وضع قواعد المكافآت والأجور للمتحدثين والفنانين ومن إليهم
- وضـع قواعـد التعيينـات والترقيـات والمرتبـات والأجـور والمكافـآت الخاصة بموظفي الاذاعة ومستخدميها وعمالها.
- اختيـار مـوظفي الاذاعـة ومسـتخدميها عـدا مـن يكـون تعيينـهم مـن اختصاص مدير الاذاعة ، بحسب إحكام لائحة النظام الداخلي
- تنظيم العلاقات بين الاذاعة اللاسلكية المصرية والإذاعات العالمية
- النظـر فـى جميـع المسـائل الأخـرى التـى تتصـل بشـئون الاذاعـة اللاسلكية

واسـتمرت الاذاعـة فـى سياسـة تمصـيرها بخطـى ثابتـة ، لترسـيخ أسسـها ، وتثبيـت دعائمهـا ، وضـمان اسـتقرارها ، فـى ظـل منـاخ سياسـي غيـر مسـتقر وأحوال اجتماعية عقب انتهاء الحرب العالمية الثانية.

وقد شـهدت حقبـة التمصير إحداثا جساما فـى تـاريخ مصر ، تـأتى فـى مقدمتها حرب فلسطين (1948) وكان تأثيرها عميقا علـى الاذاعـة من عدة جوانب هى:

أولا : ان الاذاعة دخلت طورا جديدا من أدوراها هو خدمة الأهداف السياسة للدولـة تمامـا ، والابتعـاد التـدريجي عن الطـابع الـذى ظلـت تحـافظ عليـه منذ إنشائها وان خطوات تمصير الاذاعة فى سنة 1947 ، وهى خطوات سياسة بالدرجـة الأولـى ، قـد أعقبتهـا الإحـداث السياسـة الكبيـرة لحـرب فلسـطين ، فتحولت الاذاعة بالتالي الى قلعة من قلاع الكفاح من اجل تحقيق خطوات

التمصير من ناحية وملاحقة التطورات السياسية التى تدور على الساحة الوطنية من اجل قضايا الاستقلال والتحرر الوطني من ناحية أخرى.

ثانيا: ان حرب فلسطين كانت تمثل بداية جدية للإذاعة فى عالم العلاقات بين مصر والعالم الخارجي ، فقد تحولت الا1ذاعة الى صوت مصر الموجه الى العالم الخارجي ، وكانت قبل ذلك تتركز اهتماماتها فى خدمة المصالح الأجنبية.

ثالثا : ظهور جيل من الكتاب والمفكرين تناول القضية الفلسطينية عبر الاذاعة بشكل معين هو " إننا لا نواجه دوله ولكن نواجه عصابات ، وان الحرب بين العرب والكيان الصهيوني ليست سوى قتال بين دول وعصابات.

المرحلة الرابعة : الاذاعة فى عهد الثورة (52 – 1958):

فى صباح يوم الأربعاء 23 يوليو 1952 استمع جمهور المستمعين لاول بيان من اللواء " محمد نجيب" بك القائد العام للقوات المسلحة ، اذاعة " جلال معوض " يعلن قيام لجيش بحركة عسكرية هدفها إعادة الحياة الدستورية للبلاد وتطهير الجيش من العناصر الفاسدة ، وفى اليوم التالى 0 الخميس 24 يوليو) توجه اللواء " محمد نجيب" الى دار الاذاعة بصحبة " أنور السادات" وآخرون والتقى بوكيل الاذاعة " على خليل " بك قبل ان يذيع بيانه الجديد ، ثم أذاع الراديو فى يوم السبت 26 يوليو إنذار القائد العام للقوات المسلحة الى الملك " فاروق" بتناوله عن العرش ومغادرة البلاد.

ولم تمض شهور قليلة على قيام ثورة 23 يوليو 1952 حتى صدر المرسوم بقانون رقم (270) لسنة 1952 ، فى 10 نوفمبر 1952 ، بإنشاء وزارة الإرشاد القومي ، هدفها إفراد الأمة وإرشادهم الى ما يرفع مستواهم المادى والادبى ويقوى روحهم المعنوية ، وشعورهم بالمسئولية ، ويحفزهم بما يجب لمكافحة الأوبئة والآفات الزراعية ، والعادات المؤذية وبصفة عامة ، ما يعين على جعلهم مواطنين صالحين ، وقد نص القانون على نقل تبعية الاذاعة المصرية

من رئاسة مجلس الوزراء الى وزارة الارشاد القومي ، والتى أخذت على عاتقها تطوير برامج الاذاعة شكلا ومضمونا.

وفى 7 ديسمبر 1955 صدر القانون رقم (592) والذي ينص على ان الاذاعة المصرية : هيئة عامة ذات شخصية اعتبارية تتبع وزارة الإرشاد القومي , على ان يشكل للإذاعة مجلس ادارة برئاسة وزير الارشاد القومى الأستاذ " فتحي رضوان ") وعضوية الوكيل الدائم لوزارة الارشاد القومى 0 الدكتور حسين فوزي : مدير عام الاذاعة 0 الأستاذ أمين حماد) ومدير عام مصلحة الاستعلامات (البكباشي : محمد عبد القادر حاتم) ووكيل الاذاعة للشئون الهندسية 0 مهندس صلاح عامر وأستاذ من الجامعات المصرية ، وأستاذ من الجامعة الأزهرية ويجوز ضم أعضاء اخزين من المشتغلين بالفنون والآداب او الشئون العامة ، وقد صدر قرار مجلس الوزراء فى 14 ديسمبر 1955 بتعيينهم وهم السادة : الدكتور سليمان حزين : مدير جامعة أسيوط والشيخ محمد عبد الله دراز : عضو جماعة كبار العلماء والأستاذ بكلية أصول الدين جامعة الأزهر والأستاذ محمد فكرى أباظة : النقيب السابق للصحفيين والأستاذ محمد فتحى : المستشار السابق ورئيس معهد الموسيقى العربية ، والأستاذ توفيق الحكيم : مدير عام دار الكتب والدكتور : محمود احمد الحفنى : مراقب عام الموسيقى بوزارة التربية والتعليم سابقا والسيدة : إحسان عابد : عميدة المعهد العالي للخدمة الاجتماعية للفتيات

وفى 15 فبراير عام 1958 صدر القرار الجمهوري رقم(13) باعتبار الاذاعة المصرية : مؤسسة عامة ذات شخصية اعتبارية ، وإلحاقها برئاسة الجمهورية ويتكون مجلس ادارة الاذاعة برئاسة وزير شئون رئاسة الجمهورية وقد صدر قرار تكوين المجلس برقم(696) لسنة 1958 فى 25 يونيو 1958 (اى بعد قيام الوحدة بين مصر وسوريا فى 22 نوفمبر) برئاسة السيد "على صبرا " وزير شئون رئاسة الجمهورية وعضوية السدة: " محمد عبد القادر حاتم" مستشار

رئيس الجمهورية والشيخ : " محمود شلتوت : وكيل الأزهر ، ومحمد أمين حماد : مدير اذاعة الإقليم الجنوبي (مصر) ويحيى الشهابي: مدير اذاعة الإقليم الشمالي(سوريا) والدكتور : عز الدين فريد : عميد كلية الآداب بجامعة القاهرة ، وامجد الطرابلسى : من جامعة دمشق ، وسعد عفره ، فؤاد شهاب : مدير الدعاية والإنباء بالإقليم السوري ، والمهندس : همام محمد محمود : الأستاذ بكلية الهندسة جامعة القاهرة ، والسيد : عبد الحميد عبد الرحمن : نقيب الموسيقيين.

المرحلة الخامسة: اذاعة الجمهورية العربية المتحدة (1959 – 1970) :

صدر بعد قيام الوحدة بين مصر وسوريا (22 فبراير 1958) القرار الجمهوري رقم (717) لسنة 1959 ، بإدماج كل من الإذاعتين المصرية والسورية فى اذاعة واحدة " اذاعة الجمهورية العربية المتحدة" ولها هيئتين تنفيذيتين واحدة فى مصر والثانية فى سوريا ويلحقا برئاسة الجمهورية ومهمتها – كما حددتها المادة(3) من هذا القرار – هى المشاركة فى الوجيه القومى العام ، ورفع مستوى الشعب ثقافيا واجتماعيا وأخلاقيا لتحقيق الإغراض الاتيه:

1- النهوض بمستوى الفنون بكافة أنواعها
2- تقوية الشعور القومى والتعاون الاجتماعي وبث روح التضامن بين مختلف الأفراد والجماعات وتعزيز التقاليد الصالحة
3- المساهمة فى نشر الثقافة بين الأوساط الشعبية ومتابعة النشاط الفكري والفني فى أوساط المثقفين
4- معالجة المشكلات الاجتماعية والدعوة الى التمسك بالقيم الروحية والأخلاقية
5- إحياء التراث العربى والادبى والعلمي والفني
6- اطلاع الشعب على خير ما أنتجته الحضارة الإنسانية

7- تنوير الراى العام بالإنباء الداخلية والخارجية وإيقافه على مختلف التيارات العالمية
8- تعريف الجمهورية العربية والعالم العربى الى البلاد الأجنبية
9- تشجيع المواهب فى شتى نواحي الفكر والإبداع
10- تقوية العلاقات بين المقيمين وبين المغربين من أبناء الوطن
11- الترفية عن المواطنين.

وقد حددت المادة الثانية من ذلك القرار اختصاصات الاذاعة الصوتية وأهدافها ، كما يلي :

1- تنوير الراى العام بالإنباء الداخلية والخارجية ، وإيقافه على مختلف التيارات العالمية
2- موالاة استطلاع رغبات المستمعين وتطلعات المجتمع لتطوير البرامج وتطويعها لخدمة الشعب
3- تقديم الاذاعة بشتى اللغات ، لتعريف الشعوب بأمجاد بلدنا ، ومنجزات ثورتنا وعدالة مبادئنا
4- تشجيع الهوايات وتنمية المواهب وتقديم جيل من الفنيين والفنانين المدربين على الخدمات الإذاعية المتطورة
5- السعي الى تبادل المنح والبعثات والخبرات والبرامج الإذاعية مع سائر الدول
6- إصدار المجلات والنشرات والكتيبات بما يتفق وأهداف الاذاعة
7- تقديم الحفلات المختلفة والبرامج الترفيهية
8- معاونة قوى الشعب العامل فى التعريف على حقوقهم وواجباتهم ، عن طريق الإسهام الجدي فى رفع كفاتيهم العسكرية والفنية
9- تركيز الجهود لمواجهة مشكلة تزايد السكان ، عن طريق التوعية والإرشاد بالتعاون مع باقي الجهات

10–تقديم الخدمات الإذاعية والإعلامية فى مجالات الإعلام الصحي والزراعي والخدمات المتعلقة بتوفير الاحتياجات الأساسية للشعب ، وتحسين مستوى الخدمات والاستجابة السريعة لمشاكل الجماهير اليومية ، ومعاونتهم على حل مشاكلهم

11–شرح السياسة الداخلية والخارجية للراى العام العالمي وتزويده بالبيانات والمعلومات عن الجمهورية العربية المتحدة

وقد نص القرار ايضا على ان تكون للهيئة ميزانية خاصة وتتكون مواردها من حصيلة رسوم اجهزة الاستقبال وغلة أموالها، وإثمان ما تبيعه من مصنفاتها ومنتجاتها ومطبوعاتها ، ومن الإعانات التى تمنحها لها الدولة ، وغيرها من الإيرادات الأخرى

انشاء اتحاد الاذاعة والتليفزيون (1970) والقوانين المكملة له :

على الرغم من التطور الكبير الذى طرأ على الاذاعة المسموعة فى مصر وبروز دورها الرئيسي فى التثقيف والتنمية على مستوى العالم العربة باجمعه ، وخروج قيادات إذاعية رائده من القاهرة لإنشاء محطات جديدة للإذاعة فى العالم العربى ، وفى إفريقيا ، وفى الخدمات العربية بالإذاعات الدولية الموجهة ، إلا ان قطاع الاذاعة

(ومعه التليفزيون ايضا) كان مثالا واضحا للاضطراب فى تحديد بعض المفاهيم التى سادت بعد نشأة القطاع العام فالإذاعة كانت أساس نشاطا حكوميا صرفا ثم اكتسب هذا النشاط نوعا من الاستقلال الذاتي من الناحية الإدارية ، فى صورة هيئة عامة 0 ومثلها التليفزيون) بينما اعتبرت الهندسة الإذاعية مؤسسة عامة.

من هنا كانت الحاجة لإصدار القرار الجمهوري رقم (62) لسنة 1970 فى 13 أغسطس 1970 بإنشاء " اتحاد الاذاعة والتليفزيون".

والذي يقدم صيغة مستحدثه لمؤسسات الدولة المستقلة ، التى ليست مصلحة حكومية ولا هيئة عامة ولا مؤسسات عامة ، وتنص المادة الأولى من هذا القانون ان لاتحاد الاذاعة والتليفزيون الشخصية الاعتبارية ، ويكون مركزه مدينة القاهرة ، ويؤول الى الاتحاد العام وممتلكات وحقوق المؤسسة المصرية العامة للهندسة الإذاعية والشركات التابعة لها ، وإذاعة الجمهورية العربية المتحدة وتليفزيون الجمهورية العربية المتحدة ، ويحل الاتحاد محل هذه الجهات فيما عليها من التزامات كما يكون للاتحاد مجلس للأمناء ومجلس للمديرين ، وعدد من القطاعات الرئيسية يقرره مجلس الأمناء ، ويتولى مجلس الأمناء الاختصاصات التى كانت مقرره للوزير فى الإشراف والرقابة ، وفى وضع السياسة العامة ، وقد اصدر الرئيس " جمال عبد الناصر " القرار رقم (1430) لسنة 1970 فى 13 أغسطس 1970 ، بتعيين الدكتور " مصطفى خليل " كأول رئيس لمجلس أمناء اتحاد الاذاعة والتليفزيون.

وبسبب عدم عرض هذا القانون (62 لسنة 1970) على مجلس الأمة خلال الخمسة عشر يوما من تاريخ صدوره ، مما اثأر اعتراضا دستوريا مهما ، أعدت وزارة الإعلام مشروع قانون جديد لعرضه على المجلس ومن ثم صدر القرار الجمهوري رقم(1) لسنة 1971 ، فى أول مارس لسنة 1971 وينص على انشاء هيئة تسمى " اتحاد الاذاعة والتليفزيون " وتتولى شئون الاذاعة المسموعة والمرئية فى الجمهورية العربية المتحدة ، ويكون لها الشخصية الاعتبارية ويرأس وزير الإعلام المجلس الأعلى للاتحاد

ولأهمية دور الاذاعة كوسيلة من وسائل الإعلام تقوم بدور طليعي متميز فى عالم سريع التقدم فى الفن الاعلامى والتكنولوجي ، فلقد بين القانون الجديد 0 رقم 1 لسنة 1971

أغراض اتحاد الاذاعة والتليفزيون فيما يلي :

- الأداء الكفء لخدمة الاذاعة المسموعة والمرئية ، وضمان توجيهها لخدمة الشعب والمصلحة القومية والتطور الاشتراكي.
- تطوير مفاهيم الإعلام الاذاعة وإرساء القواعد والقيم الخلقية والروحية التى تحكم المواد الإذاعية
- أيجاد المناخ الملائم لنمو الملكات الخلاقة ، وإظهار المواهب الجديدة ، وتشجيع التعبير الحر الأمين
- الإسهام فى التعبير عن مطالب الجماهير ومشكلاتها اليومية
- المحافظة على التراث القومى ونشره
- رفع مستوى الخدمات الإذاعية الموجهة للخارج ، وضمان تحقيقها للمصلحة العامة
- النهوض بالمستوى الفني والمهني والثقافي للقائمين بالخدمات الإذاعية
- دعم اجهزة الاذاعة المسموعة والمرئية وفقا لأساليب التطبيق العلمي الحديث

قانون رقم (13) لسنة 1979 :

وفى أواخر سنة 1978 ، الغيت وزارة الإعلام ، وذلك فى إطار تعميق الديمقراطية .. " انطلاقا من فلسفة جديدة تؤمن بإطلاق حرية العمل الاعلامى ، وإخراجه من حيز التوجيه المباشر لجهاز الدولة ، تنطلق به آفاق رحبة تستند الى القيم الوطنية والأخلاقية ، وتستمد مقوماتها من الأهداف القومية العظمى وتحكمها ضمائر العاملين فى مجالات الإعلام ، وحسهم الوطني ، والتزامهم القومى ، دون وصاية حكومية مع إعطاء مختلف الآراء فرصة للتعبير" وفقا لنص ما جاء فى المذكرة التفسيرية لمشروع قانون إعادة تنظيم اتحاد الاذاعة والتليفزيون.

وتمضى المذكرة قائلة : " ان التنظيم الجديد يحقق للاتحاد كل عناصر ومقومات الاستقلال الفكري والمالي والادارى ، ويضع كافة السلطات

والمسئوليات فى مجلس للأمناء يتكون من المفكرين والأدباء والفنانين ورجال الاقتصاد والمال والادارة والقانون والصحافة " ويقوم هذا المجلس بأمور التخطيط ورسم السياسات بينما يتولى ادارة قطاعات الاتحاد ، أعضاء منتدبون من مجلس الأمناء ، لهم كل الصلاحيات فى إطار ما يقرره المجلس ، كما تقوم الجمعية العمومية بالعمل على ضمان قيام الاتحاد بتنفيذ إغراضه ، والإشراف على حسن توجيه المال العام ، لخدمة الشعب ، دون سيطرة الحكومة عليه.

ومن هنا كان إلغاء القانون رقم (1) لسنة 1971 ، الخاص بإنشاء اتحاد الاذاعة والتليفزيون وإصدار الرئيس " أنور السادات " للقرار الجمهوري الجديد بقانون رقم (13) لسنة 1979 ، فى 29 مارس 1979 ليمنح الاتحاد مزيدا من الاستقلال والذي نص فى مادته الأولى ، على انشاء هيئة عامة باسم اتحاد الاذاعة والتليفزيون ، تتولى شئون الاذاعة المسموعة والمرئية فى جمهورية مصر العربية ، وتكون لها الشخصية الاعتبارية ، ومركزها مدينة القاهرة ، ويهدف الاتحاد – كما تنص بذلك المادة الثانية – الى تحقيق رسالة الإعلام الاذاعة المسموع والمرئي ، سياسة وتخطيطا وتنفيذا ، فى إطار السياسة العامة للمجتمع ، ومتطلباته الإعلامية ، أخذا بأحدث ما تصل إليه تطبيقات العلم الحديث وتطوراته ، فى مجالات توظيف الإعلام المرئي والمسموع لخدمة المجتمع ، وبلوغ أهدافه.

وفى سبيل ذلك : يعمل الاتحاد على تحقيق الإغراض الاتيه :

1- أداء الخدمة الإذاعية المسموعة والمرئية بالكفاءة المطلوبة ، وضمان توجيها لخدمة الشعب والمصلحة القومية ، فى إطار القيم والتقاليد الأصيلة للشعب المصري ، وفقا للمبادئ العامة التى نص عليها الدستور

2- العمل على دعم النظام الاشتراكي الديمقراطي ، والوحدة الوطنية ، والسلام الاجتماعي وصيانة كرامة الفرد وحريته ، وتأكيد سيادة القانون من خلال جميع الإعمال الإذاعية من مسموعة ومرئية.

3- العمل على نشر الثقافة ، وتضمين البرامج الجوانب التعليمية والحضارية والإنسانية وفقا للرؤية المصرية والعربية والعالمية الرفيعة ، لخدمة كافة فئات الشعب ، وتكريس برامج خاصة للطفولة والشباب والمرآة والعمال والفلاحين ، إسهاما فى بناء الإنسان حضاريا ، وعملا على تماسك الأسرة.

4- تطوير الإعلام الاذاعة والتليفزيون ، والالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية فى المواد الإذاعية

5- الإسهام فى التعبير عن مطالب جماهير الشعب ، ومشكلاته اليومية ، وطرح القضايا العامة ، مع إتاحة الفرصة لبيان مختلف الآراء فى شانها بما فيها الاتجاهات الحزبية وعرض الجهود المبذولة لعلاجها عرضا موضوعيا

6- الإعلام عن مناقشات مجلس الشعب والمجالس المحلية ، والالتزام بإذاعة ما تطلب الحكومة إذاعته رسميا ، وكل ما يتصل بالسياسات العامة للدولة والمبادئ والمصالح القومية العليا

7- الالتزام بتخصيص جانب من وقت الارسال الاذاعة والتليفزيون للأحزاب السياسة ، إبان الانتخابات لشرح برامجها للشعب ، وكذلك تخصيص جانب من قوت الارسال بصفة منتظمة لعرض الاتجاهات الفكرية الرئيسية للراى العام.

8- نشر الارسال الاذاعة المسموع والمرئي بالكفاءة المطلوبة ، لتغطية جميع إنحاء الجمهورية ودعم وتطوير أجهزته ، وفقا للأساليب العلمية الحديثة ، مع الالتزام بالإدارة العلمية والاقتصادية لمختلف أجهزته ومرافقة

9- تنمية المناخ الملائم لتشجيع الملكات الخلاقة والطاقات المبدعة ، لإفراد الشعب وإظهار وتشجيع المواهب الجديدة

10-توثيق الروابط الإذاعية مع مثيلاتها فى البلاد العربية والإسلامية والأجنبية

11-تطوير الخدمات الإذاعية الموجهة للخارج ، وضمان تحقيقها للمصلحة العليا للدولة

12-العمل على دعم نشرات الإنباء والتغطية النشطة للإحداث المحلية والعالمية والتعليق الموضوعي عليها ، والاهتمام بدعم إمكانات المندوبين والمراسلين الإذاعيين فى الداخل والخارج

13-النهوض بالمستوى الفني والمهني ، للقائم بالخدمات الإذاعية المسموعة والمرئية

وتنص المادة الثالثة ، على ان للاتحاد ان يتعاقد وان يجرى جميع التصرفات والإعمال المحققة لإغراضه دون التقيد بالنظم والأوضاع الحكومية وله على وجه الخصوص ما يلي :

1- تأسيس شركات مساهمة بمفرده او مع شركاء آخرين فى المجالات المتصلة بإغراضه

2- شراء الشركات او إدماجها فيه ، والدخول فى مشروعات مشتركة مع الجهات التى تزاول إعمالا شبيهة بإعماله والتى قد تعاونه على تحقيق إغراضه سواء فى جمهورية مصر العربية او خارجها.

3- إنتاج المواد الفنية الإذاعية والتليفزيونية ، وتسويقها بالبيع او التأجير ، فى الداخل والخارج وفقا للشروط والأوضاع التى يراها محققة لإغراضه

4- تملك حقوق التأليف والنشر ، وأسماء الشهرة التجارية للمواد الإذاعية التى ينتجها او يستخدمها ، ومنح الغير حق استخدامها

5- استثمار أموال الاتحاد فى الأوجه التى تتفق مع إغراضه

6- الحصول على التسهيلات المصرفية والائتمانية ، لتمويل مشروعاته الاستثمارية على ان تحدد الحكومة الحد الأقصى للمديونية
7- الاحتفاظ بحصيلة إيراداته من النقد الاجنبى ، والتصرف فيها ، لمواجهة احتياجاته دون التقيد بالقوانين واللوائح والأنظمة المقررة فى هذا الشأن
8- إنتاج وإذاعة الإعلانات التجارية ، وفقا للسياسات التى يضعها فى هذا الشأن بما لا يخل بالقيم او التقاليد العامة
9- انشاء مراكز التدريب لإعداد العاملين وتنمية مهاراتهم فى مختلف فروع العمل الاذاعة والتليفزيون وتشجيع البحوث والدراسات العليمة فى هذا المجال
10-التعاقد مع وكالات وشركات الإنباء العالمية
11-إصدار المطبوعات او الدوريات او المجلات التى تعبر عن رسالة اتحاد الاذاعة والتليفزيون

وتنص باقي مواد القانون على تحديد الوزير المختص بشئون الاذاعة والتليفزيون ، وتكوين الاتحاد سواء من مجلس للأمناء او للأعضاء المنتدبين او الجمعية العمومية وتحديد اختصاصاتهم ، وكذلك تنص على كل ما هو متعلق برأس مال الاتحاد وإعداد موازنته.

اما المادة (الثالثة والثلاثون) فتنص على إلغاء القانون رقم(1) لسنة 1971 بإنشاء اتحاد الاذاعة والتليفزيون وبإلغاء القرارات الجمهورية رقم (77) لسنة1966 بتنظيم المؤسسة المصرية للهندسة الإذاعية ، ورقم (78) لسنة 1966 ، بتنظيم اذاعة الجمهورية العربية المتحدة ، ورقم (79) لسنة 1966 ، بتنظيم تليفزيون الجمهورية العربية المتحدة ، كما يلغى كل حكم يخالف إحكام هذا القانون ، وتظل القواعد واللوائح المعمول بها حاليا سارية ، لحين صدور اللوائح الجديدة.

وتنص المادة الرابعة والثلاثون (والأخيرة) على ان ينشر هذا القانون فى" الجريدة الرسمية" ويعمل به من تاريخ نشره ، ويبصم بخاتم الدولة ، وينفذ كقانون من قوانينها

تعديلات قانونية جديدة بالقانون رقم (223) لسنة 1989:

بعد مرور حوالى العشر سنوات على صدور القانون رقم(13) لسنة 1979 والخاص باتحاد الاذاعة والتليفزيون قدم الدكتور " عاطف صدقي " رئيس مجلس الوزراء مذكرة إيضاحية الى مجلس الشعب فى العام 1989 ، لمشروع قانون بتعديل إحكام ذلك القانون ، ذكر فيها ما يلي

(صدر القانون رقم (13) لسنة 1979 ، فى شان اتحاد الاذاعة والتليفزيون ، ليحل محل القانون السابق عليه رقم (1) لسنة 1971 ، بإنشاء اتحاد الاذاعة والتليفزيون.

وإذا انقضى على صدور القانون الحالي مدة زمنية تقارب العشر سنوات ، طرأ خلالها متغيرات على كثير من الأوضاع أهمها: إعادة انشاء وزارة الإعلام وتعيين وزير الإعلام وزيرا مختصا لشئون الاذاعة والتليفزيون ، ومنحه اختصاصات تقابل مسئولياته السياسية والبرلمانية فى هذا الشأن ، وصدور قرار رئيس الجمهورية بتحديد اختصاصات وزارة الإعلام ، متضمنا العلاقة بينها وبين اتحاد الاذاعة والتليفزيون ، واستدعى ذلك جمعيه تعديل بعض نصوص القانون ، بما يحقق التوازن المطلوب بين هدف المشروع من إعطاء الاتحاد استقلالية ، لتحقيق رسالة الإعلام الاذاعة المسموع والمرئي ، وبين مسئولية وزير الإعلام السياسية والدستورية عن كل ما يتعلق بتحقيق هذه الرسالة.

وتحقيقا لما تقدم ، اعد مشروع القانون المرفق ، بتعديل المادة الأولى ، من القانون رقم 013) لسنة 1979 ، المشار إليه، وذلك بإضافة صفة القومية الى الاتحاد ، وأناطت به دون غيره : انشاء وتملك محطات البث الاذاعة المسموع والمرئي بالجمهورية ، وكذلك الإشراف والرقابة على المواد المسموعة والمرئية التى تبثها أجهزته ، وتخضع لرقابته كل ما تنتجه الشركات المملوكة له.

كما تضمن المشروع تعديل المادة الرابعة : بان يكون وزير الاعلام هو المختص بشئون اتحاد الاذاعة والتليفزيون ، مع تحديد اختصاصاته فى هذا الشأن ، وبان يكون للاتحاد مجلس للأمناء ، ومجلس للأعضاء المنتدبين ، وجميعه عمومية وان يتكون

الاتحاد من قطاعات هى : رئاسة الاتحاد ، الاذاعة ، والتليفزيون ، والهندسة الاذاعية ، والإنتاج ، والشئون المالية والاقتصادية والأمانة العامة .

هذا بالإضافة الى تعديل المادة الثامنة ، بما يعطى وزير الاعلام الحق فى دعوة مجلس الأمناء لدورة غير عادية ، وتعديل المادة العاشرة ، بما يعطيه ايضا من" اختيار نائبا لرئيس الأمناء ، من بين أعضاء مجلس الأمناء ، يتولى اختصاصات الرئيس عند غيابه " وتعديل المادة الثانية عشر ، بحيث يعين عضو مجلس الأمناء المنتدب بقرار من رئيس الجمهورية ، لمدة ثلاثة سنوات ، قابلة للتجديد ، ويكون التعيين فى الوظائف الرئيسية بالاتحاد بقرار مكن وزير الاعلام ، وتعديل المادة الثامنة والعشرين ، ليكون تشكيل الجمعية العمومية للاتحاد ، برئاسة وزير الاعلام ن وان يختص بتعيين عدد من ذوى الخبرة فى مجالات الاعلام والأنشطة المرتبطة به ، كأعضاء فى الجمعية.

وقد وافق مجلس الشعب بالفعل على هذه التعديلات ، وكان ان صدر بها القانون رقم (223) لسنة 1989.

تمويـل الاذاعــــة

رأينا ان المرسوم الملكي الصادر فى سنة 1926 قد قرض على حائزي اجهزة الاستقبال دفع رسم سنوي قدره ثمانون قرشا مضافا إليه خمسة قروش على كل لمبة ن وفى سنة 1953 صدر قانون فرض رسما موحدا قدره 130 قرشا عن كل جهاز لاستقبال الاذاعة ، وقد اعتبر قانون (صدر سنة 1960) حصيلة الرسوم المفروضة على اجهزة الاستقبال " المصدر الاساسى الذى تعتمد عليه هيئة الاذاعة فى سبيل تحقيق إغراضها والنهوض برسالتها " غير انه نظرا لصعوبة ضبط عملية تحصيل هذه الرسوم ، صدر القانون (رقم 77 لسنة 1968) بإلغاء القانون السابق ، وإعادة تنظيم رسوم الاذاعة والأجهزة اللاسلكية وقد فرض رسم على استهلاك التيار الكهربائي قدره مليمان عن كل وحدة كيلووات ساعة فى دائرة محافظتي القاهرة والإسكندرية ومدينة

الجيزة ومليم واحد فى سائر اتحاد الجمهورية ، ويؤدى كل مالك سيارة بها جهاز استقبال رسما قدره مائة وأربعون قرشا.

أما الإعلانات بالراديو فيعود تاريخها الى أواخر العشرينيات فى عهد المحطات الأهلية ، وفى سنة 1954 فكر المسئولون فى الاذاعة فى إدخال الإعلانات التجارية كعامل فى زيادة الموارد المالية الموجهة التخطيط الجديد فى التوسعات الهندسية ، وتقرر وضع نظام الإعلانات موضع التجربة على ان يبدأ بإدخالها فى اذاعة الإسكندرية بطريقة جزئية ، ولكن هذه التجربة لم يقدر لها النجاح نظرا لعدم اهتمام شركات الإعلان بها ، وعدم قدرة الاذاعة على ادارة الإعلانات التجارية بنفسها.

وفى سنة 1959 استؤنفت فكرة إدخال الإعلانات فى الراديو على إلا يكون ذلك فى " البرنامج العام " باعتباره مرآة الدولة إمام العالم الخارجي ، وعلى إلا يكون ذلك ايضا فى اذاعة " صوت العرب " باعتبار أنها اذاعة سياسة ، وإنما يقتصر على المحطات الاذاعية التى تنحصر تغطيتها الجغرافية داخل حدود مصر ، وقد صدرت بالفعل مجموعة من القرارات من القرارات الجمهورية تسمح للإذاعة بنشر الإعلانات التجارية من القاهرة فى برنامج " مع الشعب " وكانت الخطوة الثانية فى مجال الإعلان الاذاعة ادحال الإعلانات التجارية فى " اذاعة الإسكندرية" المحلية اعتبارا من أول يناير 1963 ، إما الخطوة الثالثة فى هذا المجال فهي انشاء محطة " اذاعة الشرق الأوسط ويغطى إرسالها منطقة الشرق الأوسط والمغرب العربة وقد بدأ إرسالها وتقديم الإعلانات على موجتها فى 30 مايو سنة 1964 ، ولكن فى سنة 1977 قرر وزير الاعلام والثقافة وقف الإعلان عن السجائر فى الاذاعة والتليفزيون ، وهو ما أكده بعد ذلك القرار الجمهورى رقم085) لسنة 2002 الخاص بالوقاية من إضرار التدخين ، كما يحظر ايضا الاعلان عن اى من أنواع الخمور فى كافة وسائل الاعلام ، وفقا للقرار الجمهورى رقم (63) لسنة 1976 والخاص بحظر شرب الخمر.

وقد تطورت الخدمات الإعلانية وأصبحت إيرادات الاعلان فى الراديو (والتليفزيون ايضا) مصدر مهما من مصادر التمويل بإشراف قطاع الشئون المالية

والاقتصادية باتحاد الاذاعة والتليفزيون ن حيث تمثل الإعلانات التجارية اليوم أهم موارد الإيرادات للاتحاد وفقا لميزانية العام 2003/2002 اذ تمثل نحو 27.2% من اجمالى الإيرادات المحققة لكل من الراديو والتليفزيون ، وقد بلغت جملة إيرادات الإعلانات فى الاذاعة (اكثر من 4 ملايين جنيه)(4359962) ويبل الوقت المستغل إعلانيا 21 دقيقة و 266 س ويحدد قطاع الشئون المالية والاقتصادية أسعار الإعلانات التجارية (المحلية والأجنبية) فى الاذاعة على لوجه التالى 0 وذلك اعتبارا من 2001/3/5).

نشأة التليفزيون

مقدمة

وضع عالم الاجتماع " جارى ستاينر" تقريرا عنوانه : " كيف ينظر الناس الى التليفزيون" ؟ وقدم فيه دراسة شاملة لعادات الأمريكيين فى استخدام التليفزيون ومشاعرهم تجاه هذه الوسيلة الإعلامية ، وقد قدم الباحث لتقريره باقتباس أراءاهم الشهود فى هذه القضية ، وهم الجمهور الذى يشاهد التليفزيون.

وكان الراى الأول ترحيبا غير محدود بالتليفزيون ، قال صاحبه:" التليفزيون مدهش ، انـه ببسـاطه شـيء مـدهش ، لمـاذا ؟ لان التليفزيـون جـاءني بالـدنيا كلهـا ، أحـب الراويات وبرامج الغرب الامريكى ، ببساطة أحب كل دقيقة ، انه أكثر الأشياء إثارة فـى عمـري" أمـا الـراى الثـاني فكـان سـخرية لا ضـابط لهـا ، إذا قـال صـاحبه :" ان مهندسي التليفزيون يستحقون ان يعانوا من عذاب ابدي تلقاء فعلتهم هذه.

بهذين الأسلوبين الانفعاليين ارتأى " ستاينر" ان يمهد لتقريره تمهيدا طيبا ، وهو التقرير الذى وضعه فى الستينات ، ومازال يحتفظ بجدته – كما يقول بذلك " ادوارد واكين" – وهما يمثلان طرفي النقيض اللذين يعمل التليفزيون بينهما ، بين الرحيب والسخرية ، بين المدح والذم ، بين التوقعات البعيدة والحسرات العالية الضجيج ، فالتليفزيون يواجه نفس المجادلات والمناقشات التى واجهتا من قبل جميع وسائل الإعلام والاتصال الأخرى ، وقل ان نفصل لذلك فإننا نلقى نظرة تاريخيه سريعة على نشأة التليفزيون وتطوره.

نشأة التليفزيون فى دول العالم وتطوره :

بدأت الإذاعة التليفزيونية تجاربها فى الولايات المتحدة فى عشرينيات القرن العشرين ، وان كان التقدم العلمي فى ميادين الكهرباء والتصوير الضوئي والمواصلات السلكية واللاسلكية يعود الى حوالى قرن من الزمن

وقد استخدم مخترعو التليفزيون الأوائل القرص الميكانيكي الماسح الذى عجز عن مسح الصورة بسرعة كافية ، وفى سنة 1923 استطاع مهاجر روسي الى الولايات المتحدة يدعى الدكتور " فلاديمير زوركين" .اختراع جهاز التصوير التليفزيوني المسمى " الايكونوسكوب " وهو من علماء شركة " وستنجهاوس" والى جانبه أيضا قام " فيلوفارنسورث" من تطوير الكاميرا الالكترونية و" الين ب . دومونت" الذى طور صمامات الاستقبال واختراع أول جهاز استقبال منزلي

اما تجارب نقل الصور سلكيا فقد أجريت أيضا خلال عشرينيات القرن الماضي ، وأدت هذه التجارب الى نقل الصورة عبر الأسلاك فى سنة 1952،

واستطاع احد الباحثين ان يرسل صورة تليفزيونية عبر دائرة مغلقة من واشنطن الى نيويورك فى سنة 1927 ، وفى العام التالي بدأت شركة " جنرال إلكتريك" بثها التليفزيوني التجريبي ، وفى سنة 1930 بدا البث التليفزيوني عن طريق شركة " ان . بى سى" .N.B.C فى مدينة نيويورك وفى العالم نفسه نيويورك أيضا استطاع " جون بيرد" : John L.Barid تقسيم الصورة الى خطوط ونقلها خلال موجات كهربائية بواسطة التليفون.

وفى سنة 1930 نفسها أصبح " فلاديمير زوركين" على رأس فريق مكون من حوالي أربعين مهندسا يعملون فى شركة " ار . سى . ايه " .R.C.A فى مدينة كامدن بولاية نيوجرسي، وقد تكون هذا الفريق نتيجة لدمج جهود شركة " جى أى." .G.E وشركة " وستنجهاوس" بشركة " ار س ، ايه " واخذ فريق " زوريكين" يطور اختراعه حتى استطاع ان يقدم فى المعرض العالمي الذى أقيم فى مدينة نيويورك سنة 1939 ، جهاز تليفزيوني بنظام الكتروني كامل ذى 441 خطا ، بعد ان كان ذا 60 خطأ سنة 1930

وقد افتتح هذا المعرض " فرانلكين روزفلت " وهو أول رئيس للولايات المتحدة تذاع صورته بالتليفزيون وفى هذا المعرض شاهد الجمهور لأول مرة فى أمريكا التليفزيون وهو يعمل ، الا ان التليفزيون ظل فى مرحلة الاختبار حتى شهر مارس سنة 1941 ، وهنا صرحت الحكومة الفيدرالية لثماني عشر (18) محطة تجارية بالعمل ، وكان من بينهما شركتي CB,NBC وقبل ان تتمكن المصانع التزود بالمعدات اللازمة لإنتاج أجهزة الاستقبال على مدى واسع ، دخلت الولايات المتحدة الحرب العالمية الثانية فى 22 ابريل 1942 ، فتوقف كل إنتاج الكتروني للاستهلاك المدني ، ومع ذلك فقد ظلت ست محطات بث برامجها التليفزيونية المحدودة لحوالي عشرة آلاف جهاز استقبال .

وبعد الحرب العالمية الثانية سنة 1945 ، عاودت الحكومة منح تصاريح جديدة لعمل محطات تليفزيونية ، ولكن قلة المواد الخام – والتي صاحبت فترة ما

بعد الحرب مباشرة – حالت دون إنشاء محطات جديدة او صنع أجهزة الاستقبال ، وفى مارس 1947 وافقت اللجنة الفيدرالية للاتصالات على القواعد التى وضعتها " اللجنة القومية لشبكة التليفزيون " .N.T.S.C" وأصدرت قرار كذلك فى شان قواعد التليفزيون الملون ، وشيئا فشيئا انتهت الأزمة فى المواد الخام التى صاحبت نهاية الحرب ، وخلال صيف سنة 1947 بدا الناس يقبلون إقبالا شديدا على شراء أجهزة التليفزيون.

وقد ارتفع عدد محطات الإرسال التليفزيوني الامريكى خلال سنة 1948 من 17 محطة الى 41 ، واقترب عدد أجهزة الاستقبال من نصف مليون ، وأصبحت عدد المدن التى تبث برامج تليفزيونية 23 مدينة بعد ان كانت 8 مدن ، وشاهدت المدن الواقعة على ساحل المحيط الاطلنطى الاجتماعات والمؤتمرات السياسية وعروض أوبرا " مترو بوليتان" منذ تلك السنة(1948) وقد أطلقت مجلة : Business week على لتليفزيون فى ذلك العام ، بأنه " احدث وأثمن وسيلة ترف للفقراء " وأطلقت على ذلك العام انه " عالم التليفزيون"

وفى نهاية سنة 1948 قللت الحكومة الفيدرالية من منح تراخيص بإنشاء محطات جديدة للتليفزيون وذلك حتى يونيو سنة 1952 ، وذلك لرسم سياسة شاملة للإرسال التليفزيوني ، هدفها تقديم خدمة متساوية لكل المناطق ، وارتفع عدد محطات البث التليفزيوني الى 108 محطة ن وكذا عدد أجهزة الاستقبال الى 15 مليون جهاز ، وانتهى العمل فى محطة تحويل الميكروويف عبر القارات فى سنة 1951، حيث شاهد المواطنون فى أمريكا على ساحلي الاطلنطى والهادي المؤتمر الذى انعقد يوم 4 سبتمبر فى سان فرانسيسكو لإبرام معاهدة السلام مع اليابان

وفى سنة 1952 خصصت 242 قناة للتليفزيون التعليمي ، وفى السنة نفسها تم إدخال التليفزيون الملون ، وبلغت محطات التليفزيون فى سنة 1955 عدد 349 محطة ، وارتفع عدد اجهزى الاستقبال الى 33 مليون ، ثم وصل عدد

محطات الإرسال سنة 1960 الى 533 ، وعدد أجهزة الاستقبال الى 55 مليون ، أما فى سنة 1970 فوصل عدد المحطات التجارية الى 190 محطة ، بالإضافة الى 1982 محطة للتليفزيون التعليمي ، أما عدد أجهزة الاستقبال فقد وصل الى 85 مليون جهاز لتغطى 95% من المنازل فى الولايات المتحدة.

ومن الملاحظ ان التليفزيون الامريكى تفوق ابتداء من سنة 1955 على الراديو والمجلات فى حصيلة الإعلانات ، وأصبح فى السنة التالية الوسيلة الإعلامية رقم واحد فى أمريكا ، ولكن الجرائد لا تزال فى المقدمة بالنسبة لمجموع الإعلانات وذلك بفضل وضعها القوى فى مجال الإعلانات المحلية والإقليمية.
ومع ذلك فقد زادت إيرادات الإعلان بالتليفزيون من 561 مليون دولار العام 1949 الى 3.6% بلايين دولار فى العام 1969

ونستطيع ان نقرر بان فترة الثلاثينات والأربعينات كانت فترة التجارب للبرامج التليفزيونية الأولى : لو كان ما ان حلت فترة الخمسينات حتى كانت الحقبة الذهبية للتليفزيون ، ثم دخل الحرب فى فترة الستينات عندما نقل انفجار الاضطرابات وإعمال العنف التى بدأت تعصف بالبلاد ، بداية من حادث اغتيال الرئيس الامريكى" جون ف كيندى" مرورا باغتيال قائد الحقوق المدنية " مارتن لوثر كنج" ثم اغتيال السيناتور" روبرت كيندى" حتى فى أعمال العنف والشغب فى مدينة لوس انجلوس ، واستمرت اتجاهات التليفزيون فى مرحلة السبعينات وهى تغطية الإحداث القومية تليفزيونيا وكان أهمها نهاية حرب فيتنام وانسحاب القوات الأمريكية والبقايا الأخيرة لإعمال الشغب فى الجامعات ، واستمرار العمل البطولي فى السفر الى الفضاء ، حتى استقالة الرئيس الامريكى " ريتشارد نيسكون" بسبب فضيحة " ووترجيت" وفى هذه المرحلة بدأت الانتقادات تتوالى على برامج التليفزيون ، خاصة فيما يقدم من الإعلانات وبرامج عنف وجنس وبرامج للأطفال وفى مرحلة الثمانينيات بدا الاتجاه الجدي نحو تقديم نوعية أجود من البرامج التليفزيونية.

نشأة التليفزيون فى مصر وتطوره:

كانت اول تجربة للإرسال التليفزيوينى فى مصر فى شهر مايو 1951 ، أجرتها الشركة الفرنسية لصناعة الراديو والتليفزيون ، لتصوير المهرجانات التى أقيمت بمناسبة الزواج الثاني للملك " فاروق " وفى الوقت الذى وضعت فيه احد أجهزة التليفزيون فى الجناح الخاص بجلاله الملك فى قصر القبة ، ووضع جهاز آخر فى قصر جلالة الملكة " ناريمان" بمصر الجديدة ، وضعت الشركة عدد من أجهزة الاستقبال فى بعض الأماكن بالقاهرة للترويج لمشروعاتها ، والذي كانت تهدف منه الى إقامة محطة تليفزيون بالقاهرة.

ولكن هذا الهدف لم يتحقق فى تلك المرحلة ، إذا قامت ثورة يوليو 1952 ، وأعقبها العدوان الثلاثي على مصر العام 1956 ، والذي أوقف احد المشروعات التى كانت فى طريقها الى التنفيذ ، ثم استؤنفت دراسة هذا المشروع فى العام 1959 ، حيث تم إسناده الى إحدى الشركات الأمريكية وهى " ار سى . ايه" : R.C.A.والتي بدأت بالفعل فى بناء التليفزيون بماسبيرو ، واختيار النظام الذى بث به الإرسال ، وفى الوقت الذى عادت فيه البعثات الهندسية والإذاعية من الخارج ، بعد ان درست بمعهد الشركة الأمريكية R.C.A وأكاديمية S.R.T. بنيويورك ، اقبل الناس فى القاهرة على شراء أجهزة الاستقبال بشكل لا مثيل له ، وقد فرض رسم سنوي قدره خمسة جنيهات على كل جهاز استقبال يدفع على قسطين وتقدم لشراء الجهاز فى اليوم الأول 80 ألف شخص بمقدم قدره خمسة جنيهات وبذلك تم جمع مبلغ 400 ألف جنيه ، وكان ثمن الجهاز خمسة وثلاثين جنيها فقط.

وفى تمام الساعة السابعة من مساء يوم 21 يوليو 1960 ، وبمناسبة احتفالات عيد الثورة الثامن ، افتتح التليفزيون من مدينة القاهرة ، ولمدة خمس ساعات يوميا وافتتح الإرسال بتلاوة آيات من القرآن الكريم ، ثم حفل افتتاح مجلس

الأمــة ، وخطــاب الــرئيس " جمــال عبــد الناصــر " ثــم نشــيد " وطنــي الأكبــر" للموسيقار " محمد عبد الوهاب" ثم نشرة الإخبار ، ثم الختام بالقرآن الكريم ، وبعد انتهاء الاحتفالات أصبحت مدة الإرسال ثلاث ساعات ونصف ، وغطى الإرسال التليفزيوني فى البداية العاصمة والمناطق التى تحيط بها حتى بها حتى مائة كيلو متر فى جميع الاتجاهات .

وقد توالى إصدار القرارات والقوانين التى تسرى على التليفزيون المصرى ، بداية من قرار رئيس مجلس إدارة هيئة إذاعة الجمهورية العربية المتحدة رقم 02) لسنة 1959 والصادر فى 29 يونيو 1959 بإنشاء إدارة عامة للإذاعة المرئية 0 التليفزيون) تختص بشئون هذه الإذاعة ، فى اقليمى الجمهورية (الإقليم الشمالي والإقليم الجنوبي إثناء الوحدة المصرية السورية).

ثم صدر القرار الجمهوري برقم (1814) لسنة 1961 ، فى 29 نوفمبر 1961 باعتبار التليفزيون – كأحد إدارات إذاعة الجمهورية العربية المتحدة – من المؤسسات العامة ذات الطابع الاقتصادي، وتلاه مجموعة أخرى من القرارات التى تحيز لمؤسسة التليفزيون إنشاء صناعات الراديو والتليفزيون ، وغيرها من الصناعات المماثلة ، وذلك بنفسها او بواسطة شركات تنشئها ، او تمتلكها ، او تساهم فيها ، مع مباشرة التوزيع التجاري لهذه الصناعة المتقدمة ، مع حقها فى إذاعة الإعلانات التجارية بالراديو والتليفزيون .

وبقرار جمهوري أخر ، وبرقم (2958) لسنة 1962 صدر فى 4 أكتوبر 1962 أصبح التليفزيون تابعا لوزارة الثقافة والإرشاد القومي ، وظل كذلك فى القرارات الجمهورية التالية لذلك التاريخ ،، حتى كان الكيان القانوني للتليفزيون ، بالقرار رقم (79) لسنة 1966 ، والذي نص على ان التليفزيون هيئة عامة مركزها القاهرة ، ويسمى تليفزيون الجمهورية العربية المتحدة ، ولها الشخصية الاعتبارية وتتبع وزير الإرشاد القومي.

كذلك نص هذا القرار على ان اختصاصات هيئة التليفزيون هى :

- تنوير الرؤى العام بالإنباء الداخلية والخارجية ، وإيقافه على مختلف التيارات العالمية
- اطلاع المواطنين على الإنباء والإحداث والمشاهد المهمة ، مما يجعلهم يعيشون فى واقع حياة المجتمع وإخبار العالم
- تطوير الفنون ، لتوضيح الموضوعات التى تهم المواطنين ، وموالاة استطلاع رغبات المشاهدين و، وتطلعات المجتمع لتطوير البرامج وتطويعها لخدمة الشعب
- تقديم برامج تناسب جميع المستويات من المواطنين ، وتخدم مختلف الإغراض
- العناية ببرامج النشء ، ومعاونة الأجهزة المسئولة عن خلق جيل ينشأ على حب الوطن ، ويتسلح بالمعرفة ، ويحتفل بالقيم
- السعي الى تبادل المنح والبعثات والخبرات والبرامج والأفلام التليفزيونية فى سائر الدول
- تركيز الجهود لمواجهة مشكلة تزايد السكان ، عن طريق التوعية والإرشاد ، بالتعاون مع باقي الجهات
- إصدار المجلات والنشرات والكتيبات بما يتفق وأهداف التليفزيون
- تشجيع الهوايات ، وتنمية المواهب ، وتقديم جيل من الفنانين والفنيين لمدربين على خدمات الإذاعة والتليفزيون المتطور .

وكان مجلس الدولة قد وافق فى سبتمبر سنة 1960 ، على قرار أعده وزير الخزانة بإعفاء أجهزة التليفزيون وقطع غيارها وأفلام الإذاعة التليفزيونية المستوردة للدولة وللمؤسسات والشركات التى تعمل باسمها من الرسوم الجمركية ، وفى مارس 1961 بدا سكان الإسكندرية ورشيد ودمنهور يشاهدون التليفزيون من المحطة التى أنشئت بالإسكندرية.

كما اصدر قرار وزاري فى 14 يناير 1962 بإعفاء أجهزة التليفزيون التى تستعملها المدارس والمعاهد الحكومية من أداء الرسم المقرر على أجهزة الراديو

والتليفزيـون ، وفـى 25 ينـاير مـن السـنة نفسـها صـدر قـرار آخـر بإعفـاء أجهـزة الاستقبال التى تستعملها القوات المسلحة والوحدات المختلفة من أداء هذا الرسم ، وفـى 19 يونيـو 1962 شمل هذا الإعفـاء أجهزة التليفزيـون التـى تسـتعملها فنـادق الشركات التابعة للمؤسسة المصرية العامة للسياحة والفنادق فى خدمة نزلائها ، ثم طيق هذا الإعفاء على الأجهزة الموجودة فى المستشفيات التابعة لوزارة الصحة فى شهر أكتوبر فى السنة نفسها.

وعندما تم إنشاء محطتي إرسال فى كل من مدينتي القاصر وأسوان خلال سنة 1968 ، أصبح فى إمكان سكان محافظتي قنا وأسوان مشاهدة التليفزيون ،

وفى أغسطس سنة 1970 صدر قانون إنشاء اتحاد الإذاعة والتليفزيون ليؤكد وضع وسيلتي الإعلام المسموعة والمرئية – الراديو والتليفزيون – فى خدمة الشعب ، وبمقتضـى القـانون الجديـد حـل الاتحـاد محـل هيئـة الإذاعـة وهيئـة التليفزيـون ومؤسسـة الهندسـة الإذاعيـة ،وفـى 15 يونيـو 1971 صـدر قـرار بإنشـاء معهـد الإذاعة والتليفزيون.

وبدا التليفزيون أضخم عملية تجديد فى أجهزة الإرسال فى شهر ينـاير 1973 ، وفى يوليو من السنة نفسها وافق مجلس الشهب من حيث المبدأ على مشروع القـانون الخـاص بإلغـاء الرسـوم علـى أجهـزة التليفزيـون مقابـل فـرض رسـم علـى الاسـتهلاك الشـهري للكهربـاء ، ولكـن الإلغـاء لـم ينفـذ إلا ابتـداء مـن أول ينـاير 1974.

أما عن الأستوديو رقم (10) والذي يعتبر اكبر أستوديو تليفزيوني فى الشرق الأوسط ، فقد افتتح فى الثامن من أغسطس سنة 1974 ، ومساحة هذا الأستوديو 1100 متـر . ويبلـغ ارتفاعـه 16 متـر ويتـيح بنـاء أكثـر مـن ديكـور للمسلسـلات والتمثيليـات ، وهـو مـزود بـ 250 كشـافا للإضـاءة قوتهـا 1500كيلـو وات وبـع (عقل) الكتروني لتخزين المعلومات المطلوبة فى الإضاءة ، حيث يعطى فى الوقت المطلـوب رقـم مجموعـة الكشـافات ودرجـة ارتفاعهـا وانخفاضـها ودرجـة الاهتمـام

المطلوبة ويضم الأستوديو كذلك 40 ميكروفونا لالتقاط الصوت ، ويضم ست كاميرات وجهاز مونتاج الكترونيا.

وفى 13 يناير 1976 تم أنشاء إدارة رسائل المستمعين والمشاهدين بالمراقبة العامة للبحوث والإحصاء بالأمانة العامة لاتحاد الإذاعة والتليفزيون

واعتبار من 5 يونيو 1976 بدأ التليفزيون فى تشغيل محطة الإرسال الجديدة ذات القدرة العالية لوسط الدلتا فى مدينة المحلة الكبرى ، وفى 9 سبتمبر من السنة نفسها بدا أول عمل بالألوان فى أستوديو رقم (9) وان كانت الدراسات قد أجريت منذ سنة 1966 لتقديم البرامج التليفزيونية الملونة ، وابتداء من منتصف سنة 1977 أصبح سكان منطقة القناة ومدنها يشاهدون البرنامج الأول بوضوح.

وفى سنة 1978 تم توصيل برنامجي التليفزيون الأول والثاني الى منطقة القناة بواسطة شبكة ميكروويف خاصة ، مع إنشاء محطات إرسال تليفزيوني لكل من البرنامجين فى كل من السويس والإسماعيلية وبورسعيد ، كما تم تركيب سلسلة من محطات الإرسال التليفزيوني من القاهرة حتى أسوان لتغطية الوجه القبلي بالقناة الثانية ، وفى 10 ديسمبر 1981 بدا وصول الإرسال التليفزيوني الى شمال سيناء.

وكان للتليفزيون فى مصر حتى أوائل السبعينات ثلاث قنوات ن تبدأ الأولى فى بث برامجها الساعة 11 قبل الظهر فى الأيام العادية وتستمر حتى الواحدة من بعد الظهر ، وتستأنف البث الساعة الرابعة من بعد الظهر لتنهية فى منتصف الليل تقريبا ، أما القناة الثانية فتبدأ فى بث برامجها الساعة الثالثة من بعد الظهر وتنهيها حوالي منتصف الليل أيضا.

وإذا كان للتليفزيون المصرى قناته الثالثة التى ألغيت سنة 1970 ، إلا ان هذه القناة عادت الى البث من جديد فى 6 أكتوبر سنة 1985 ، وتعتبر أول قناة تليفزيون محلية فى مصر تخدم منطقة محددة هي القاهرة الكبرى 0 محافظات : القاهرة والجيزة والقليوبية) ، حيث يغطى إرسالها بعدا دائريا للبث فى حدود 50الى

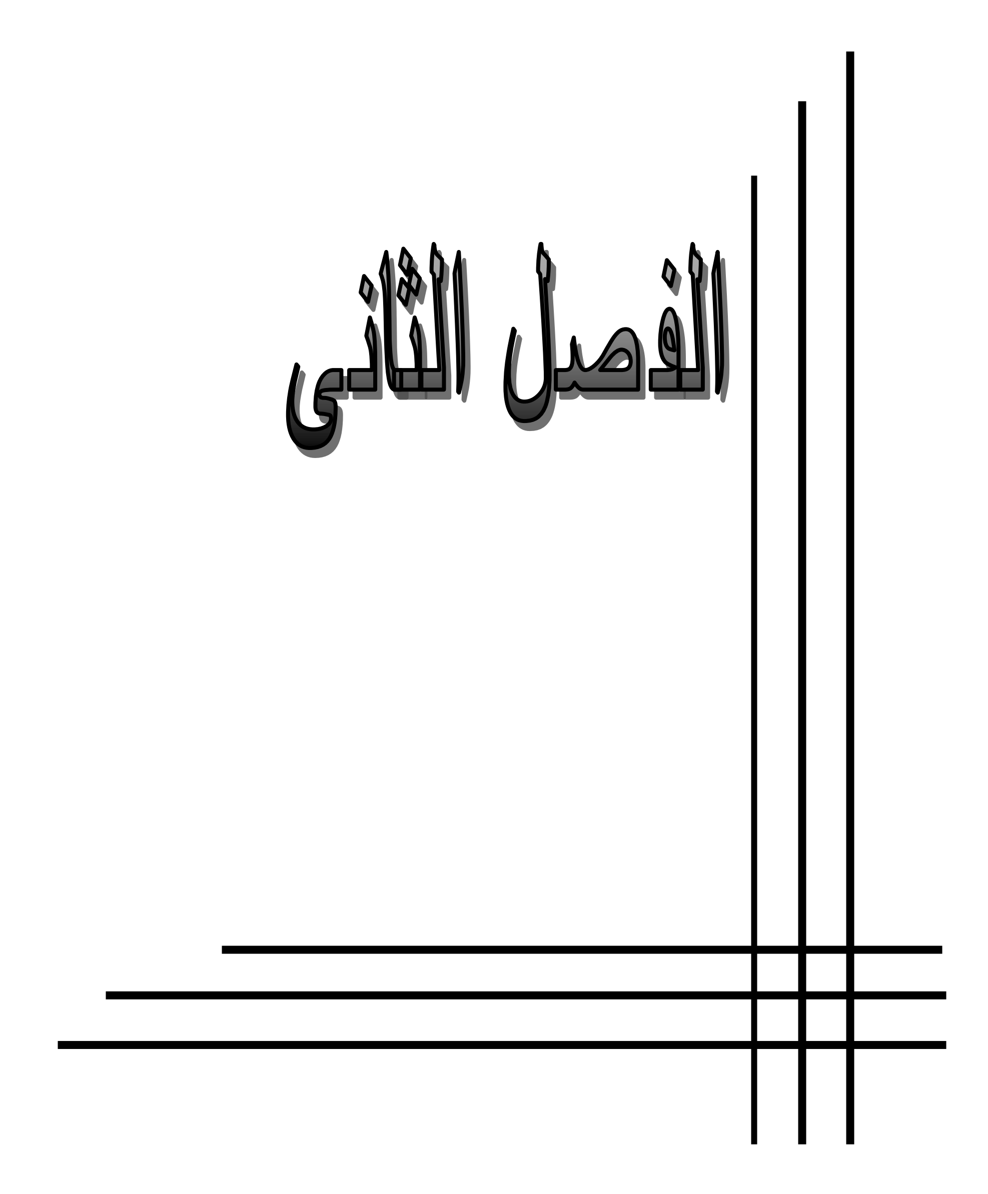
60 كيلو متر فقط ، وذلك قبل تعميم نظام القنوات الإقليمية فى التليفزيون المصرى.

ووفقا للقرار رقم (419) لسنة 1985 ، الخاص بالهيكل التنظيمي الرئيسي لقطاع التليفزيون وتقسيماته الفرعية ، **أصبحت اختصاصات التليفزيون على الوجه التالي :**

1- إنتاج وإذاعة المواد الإعلامية والبرامج العامة والسياسية والتعليقات والدراما والمنوعات والموسيقى التى تهدف الى التوعية لجميع المواطنين بصفة عامة بما يتفق ومبادئ المجتمع.
2- تجميع الإنباء والمعلومات من المصدر المختلفة وإذاعتها ، وكذلك إذاعة المواد والتعليقات والدراسات التى تهم الراى العام المحلى وتقديمها بوسائل الإيضاح المناسبة .
3- إعداد التغطية الإخبارية عن الإحداث الجارية فى الداخل والخارج بأحدث الوسائل
4- متابعة الأنشطة والبرامج المختلفة لضمان تقديمها بالصورة والطريقة الصحيحة ، مع عمل تقييم دوري لتلافى الأخطاء وتطوير الوسائل المستخدمة.
5- متابعة التطورات العلمية لكافة مجالات النشاط التليفزيوني محليا وخارجيا ، والتوجه بما يؤخذ من الاتجاهات الحديثة لتطوير نظام العمل وتزويد أجهزة القطاع بأحدث المراجع العلمية والفنية فى شتى مجالات نشاطها.
6- متابعة إنتاج احدث الآلات والمعدات والعمل على استخدامها لتشغيل التليفزيون على احدث النظم العالمية
7- استخدام خلاصة البحوث والدراسات فى إنتاج وتطوير بعض المواد الممتازة التى يمكن التقدم بها للمنافسة فى المجال الدولي
8- مراجعة جميع المواد والبرامج قبل عرضها على شاشة التليفزيون ، والتحقق من مطابقتها للسياسة العامة والأسس المتفق عليها وميثاق الشرف الاذاعى .

وفى احتفال عيد الإعلاميين الثامن عشر عام(2001) وتم افتتاح مجمع استوديوهات مبارك العالمي ، بمدينة الإنتاج الاعلامى ، الذى بلغ تكلفته 80 مليون جنيه ، ويتكون من 18 أستوديو ، وقد انشىء على مساحة 5600 متر ، وهذه الاستوديوهات مزودة بأحدث وسائل التكنولوجيا ، وهى تقدم خدماتها لكل من تليفزيون الدولة او المستثمرين والقطاع الخاص او باقي إنحاء العالم .

وفى الاحتفال بالعيد العشرين للإعلاميين (العام 2003) ثم افتتاح المبنى الضخم الملحق بالمبنى الرئيسي للإذاعة والتليفزيون فى ماسبيرو ، وهو يرتفع لعشرة طوابق ومقام على مساحة 3500 متر مربع ، ويضم العديد من الاستوديوهات التى تم إنشاؤها وفقا لأحدث ما وصلت إليه تكنولوجيا بناء وتجهيز الاستوديوهات فى العالم ن كما يضمن مكتبة مركزية ضخمة مجهزة بأحدث الوسائل لحفظ وصيانة كنوز الإعلام المصرى وترثاه ، ويضم أيضا بلاتوها ضخم المساحة متعدد الإغراض يصلح لتصوير البرامج الجماهيرية وتقديم الحفلات وبرامج المنوعات ن كما يصلح قاعة كبرى لعقد المؤتمرات وكذلك ويضم المبنى متحف للفن الاذاعى والتليفزيوني ، كما تم فى الاحتفال بث 8 محطات FM للإذاعة وهى محطتان فى باكوس بالإسكندرية ومحطتان فى الغردقة ومحطتان فى القاهرة ومحطتان مشاركة بين اتحاد الإذاعة والتليفزيون وشركة CNE.


الفصل الثانى

الأهداف الإجرائية للفصل الثانى

بعد دراسة على هذا الفصل يكون الطالب قادرا علي :

1. التعرف بداية التفكير في إقامة شبكة اتصالات
2. التعرف علي نشأة الأقمار الصناعية
3. يوضح كيف تطورت الأقمار الصناعية.
4. التعرف على تطور الأقمار الصناعية في دول الكتلة الشرقية.
5. يعدد أجيال الأقمار الصناعية
6. يعدد تعريفات القمر الصناعى
7. يوضح كيفية إطلاق السواتل:
8. يقسم مكونات القمر الصناعى
9. يعدد أنواع السواتل الفضائية
10. التعرف على مميزات القمر الصناعي
11. يعدد فوائد الأقمار الصناعية
12. التعرف علي أهم الأقمار الصناعية المستخدمة في البث الإذاعى والتليفزيونية

مقدمة

تشكل تكنولوجيا الاتصال الحديثة حجر الزاوية في الثورة التي تشهدها وسائل الإعلام الجماهيرية في الوقت الراهن ويعود إلي هذه التكنولوجيات الفضل في حالة التزاوج التي شهدتها الوسائل الإعلامية لأول مرة في التاريخ الإنساني بين الوسائل المطبوعة والوسائل المسموعة والمرئية لتنتج للعالم وسيلة إعلام جديدة أكثر تميزا هي الصحافة الالكترونية التي تقوم علي تعدد الوسائط وتنتج لمستخدمها البحث داخلها وحفظها وصفحاتها .

شهد هذا القرن الكثير من الإنجازات العلمية العظيمة في شتي مجالات الحياة علي أن قطاع الاتصالاتCommunication" " قد حظي بالجزء الأعظم من هذه الإنجازات لقد كان للتطور المثير والدائم في هذا المجال أثر كبير في تقريب أجزاء هذا العالم المتزامن فاتصل خاصيته في بداية هذا القرن اخترع "جراهام"الهاتف والذي أمكنت بواسطته نقل المعلومات المنطوقة علي هيئة نبضات داخل السلك وفي منتصفه اختراع ماركوني المذياع "Radio " لتنتقل هذه المعلومات المنطوقة سمعيا لمسافات أكبر وبدون أسلاك فتصل إلي السماع الناس في مختلف البقاع ثم تلا ذلك ظهور التليفزيون أول جهاز للرؤية عن بعد" Television "والذي شارك في اختراع أكثر من مخترع ولعل أشهرهم هو "جون لوجي بيرد " ثم تلي ذلك اختراع الأقمار الصناعية والانترنت وأصبح العالم الآن تارة يطلق عليه القرية الكونية

"Global Village" وتارة أخري بالقرية الصغيرة "Small Village " و انسحبت هذه النظرة علي العصر نفسه فأطلقنا عليه عصر الكونية أو عصر العولمة

"Globalization " لقد نجح هذا العصر في التغلب علي الانفصال والتباعد الفيزيقي

بين دوله وأفراده ولم يعد يتقيد بالسرعات المعهودة كالمتر والكيلو متر بل أصبحت لا تقاس بالساعات ولا الدقائق بل بجزء من الثانية ولا حتى بالمكان أصبح مكانا واحدا متصلا نتيجة لذوبان الحدود بين قاراته وبلدانه.

"إن كافة المستحدثات التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال , إنما تنطلق من خلال إنجازين تكنولوجيين أساسين هما :-

- تكنولوجيا الأقمار الصناعية .
- تكنولوجيا الحاسب الآلي .

ولتكن البداية هي الحديث عن الأقمار الصناعية التي تزدحم بها السماوات اليوم , بدرجة يخشى معها حدوث تصادمات بينها قد تعطل مسيرتها وفعاليتها ."

" شهدت السنوات الأخيرة تطورات تكنولوجية وطفرات علمية متلاحقة في مجال الاتصالات واستخدام الأقمار الصناعية في البث المباشر . أكدت أن العالم أصبح قرية الكترونية واحدة , يسمع بعضه البعض , ويري بعضه البعض علي مدار الليل والنهار

بداية التفكير في إقامة شبكة اتصالات:

" لا يستطيع أحد أن يعرف متي بدأ التفكير في إقامة شبكة اتصالات عن طريق قمر صناعي متعلق في الفضاء أو الحلم بإقامة مثل هذه الشبكة .

ولكن يرجع هذا التفكير غالبا إلي العالم الإنجليزي " أرثر كلارك " الذي نشر في مجلة "عالم اللاسلكي " عام 1945 م مقالا يبين فيه أنه باستخدام الأقمار الصناعية كمحطات توسط مثبته في الفضاء يمكن نقل الاتصالات الإلكترونية إلي مسافات بعيدة ولقد أخذ العلماء حينذاك هذا التنبؤ علي أنه نسج من الخيال أو علي الأكثر أنه حلم صعب التحقيق .

ولم يتحقق الحلم إلا بعد ما تقدم العلم في مجالات عديدة , كالتقدم العظيم في مجال الترانزستور الذي مكن العلماء من اختراع الدوائر الالكترونية المصغرة أو الدقيقة

" Miniature electronic circuits " , والتقدم في علم العقول الالكترونية الذي مكن العلماء من حساب المدارات بدقة كبيرة وحل المشكلات الخاصة بمتابعة الأجسام الدوارة كما مكن العلماء من ميكنة أجهزة القيادة الخاصة بهذه الأجسام .
هذا بالإضافة إلي التقدم الهائل الذي حدث في علم الصواريخ والقذائف الذي مكن العلماء من إطلاق أجساما صناعية ذات حجم كبير في مدارات محددة من قبل , كالقمر الصناعي الروسي " سبوتنيك " الذي تم إطلاقه عام 1957 م ."

نبذة تاريخية عن الأقمار الصناعية

كانت بداية التفكير في استخدام الأقمار الصناعية في مجالات الاتصال غداة الحرب العالمية الثانية . ففي عام 1945 طرح المهندس البريطاني " آرثر كلارك " فكرة إمكان استخدام الأقمار للترحيل وكمحطات للإذاعة .
" وفي مقال له بعنوان : " Extra Terrestrial Relays " نشر في مجلة " Wireless World " , حدد كلارك الخطوط العريضة للاتصال عبر الفضاء وذلك قبل أن يدور أول قمر للاتصال حول الأرض بسنوات , وما زالت الأسس التي وضعها كلارك تستخدم حتي الآن في مجالات الاتصال عبر أقمار الاتصال
وقد أشار كلارك مثلا في مقاله إلي أن الوقت الذي يمكن أن يستغرقه دوران القمر الصناعي المثبت علي بعد
35في فاصلة900 كيلو مترا من سطح الأرض يعادل حوالي 24 ساعة , فإذا دار هذا القمر علي مستوي خط الاستواء في نفس اتجاه مدار الكرة الأرضية فإنه سيظهر ثابتا في السماء . ومن هذا الارتفاع يكفي وجود ثلاثة أقمار علي أبعاد منتظمة لكي يرى أحدهم بصفة دائمة من أي نقطة فوق سطح الأرض .
وكان من الصعب تصديق ما قاله كلارك يمكن أن يتحقق قبل سنوات طوال . ولكن الحرب الباردة التي تسببت في انتشار الصواريخ العابرة للقارات ساعدت أيضا في الإسراع باستخدام الأقمار الصناعية في مجالات الاتصال.

نبذة عن الأقمار الصناعية

في عام 1945 اقترح العلماء فكرة استخدام الأقمار الصناعية التي تطير فوق الكرة الأرضية ، لزيادة فعالية الاتصالات الالكترونية، حيث يمكن رؤية القمر الصناعي من منطقة شاسعة من الأرض.

ونظرا لارتفاعه العالي ، يستطيع أن يحقق الاتصال ما بين عدة محطات بطرق متعددة خلافا للكابل الذي يستطيع أن يصل بين محطتين فقط.

أول قمر صناعي للاتصالات كان القمر Echo 1 الذي أطلق عام 1960، وكان هذا القمر من النوع غير الفعال Passive أي لم يكن يحوي أي دوائر الكترونية، وإنما كان عبارة عن عاكس للإشارات الالكترونية.

لقد قام هذا القمر والقمر Echo 2 الذي أطلق في عام 1964 عبارة عن بالون كبير بقطر 32 متر، مغطى برقائق الألمنيوم ، وكان يدور حول الأرض بارتفاع 1610 كم. ومثل أي كرة زجاجية أو فولاذية التي تعطي زاوية انعكاس واسعة للمناظر حولها، فان هذه الأقمار كانت تعيد عكس الإشارة الموجهة إليها ، ولكن بقوة اخفض

ونظرا لمساوئها ومشاكلها الكثيرة ، لم تعد تستخدم الأقمار غير الفعالة في أيامنا هذه.

نشأة الأقمار الصناعية وتطورها

فقد بدأت فكرة الأقمار الصناعية منذ نجاح الاتصال التليفزيوني عبر المحيط الأطلسي في فبراير سنة 1928 بين معمل البحوث الإذاعية في لندن وبين محطة إذاعة علي الموجة القصيرة في نيويورك , إذ طالبت مؤسسة أمريكا للراديو (آر. سي . ايه) وهي شركة متقدمة في هذا المضمار بأن تخصص الجنة الاتحادية للاتصالات

قنوات إذاعية تجريبية " لعبور المحيطات والقارات , وحمل الصور التليفزيونية من بلد لآخر ومن قارة إلي قارة " .

ثم ثبت أن استخدام الموجات اللاسلكية لنقل الإشارات التليفزيونية عبر القارات لا يمكن الاعتماد عليه ,إلي أن قرر كاتب إنجليزي واسع الخيال اسمه " آرثر كلارك " في مقال له نشر سنة 1954 بمجلة " عالم اللاسلكي " أنه من الممكن إطلاق مركبات في الفضاء تعمل كمحطات تجديد أو ترحيل لشبكة عالمية من الاتصالات الهاتفية والبرقية والتليفزيونية , واقترح أن يرابط شخصان في كل مركبة يقومان بصيانتها وإصلاح أجهزتها وإداراتها .

وتصور كلارك أن المركبات تدور في مدار استوائي حول الأرض علي ارتفاع 22300 ميل بحيث تبدو ثابتة في السماء لأنها تدور بسرعة دوران الأرض , فتؤمن بذلك نقطة ثابتة للإرسال والاستقبال من فوق سطح الأرض , وهكذا يمكن لأي نقطة فوق سطح الأرض أن تصل بأي نقطة أخرى , فيما عدا جزء صغير من المنطقتين القطبيتين .

وأضاف كلارك أنه ليس هناك ما يمنع من تنفيذ ذلك , ما دام عالم إطلاق الصواريخ يتقدم ويتطور .

الخليفة التاريخية للأقمار الصناعية:

يرجع تاريخ استخدام الأقمار الصناعية لأغراض الاتصالات إلي 10 يوليو 1962.

ففي مساء هذا اليوم تم مشاهدة برنامج تليفزيوني في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وفرنسا في نفس الوقت وذلك بعد بث أول قمر صناعي يستقر في الفضاء باسم " تلستار " " Telstar " .

وتم الاتصال بالقمر الصناعي " تلستار " عن طريق :-

إقامة هوائيات ضخمة في شمال الولايات المتحدة الأمريكية , وتم تكبير هذه الإشارات عشرة ملايين مرة من جانب القمر الصناعي قبل إعادة بثها إلي الأرض حيث تستقبلها هوائيات استقبال في كل من انجلترا وفرنسا , واستمرت هذه الخدمة التليفزيونية لأقل

من ساعة واحدة , ليس بسبب انتهاء البرنامج , وإنما بسبب تحرك القمر الصناعي بعيدا عن خط النظر الوهمي الذي ترسل له الإشارات من الأرض.

ورغم ذلك فقد تسبب إطلاق القمر الصناعي " تلستار " في فتح المجال أمام انتشار التليفزيون الدولي من خلال امتزاج تكنولوجيا الأقمار الصناعية بتكنولوجيا الإذاعة وقد استغلت صناعة التليفزيون فرصة استخدام هذه التكنولوجيا في بث البرنامج , وأمكن مشاهدة المؤتمر الاقتصادي الذي عقد في مدينة روما – علي الهواء مباشرة – في كل أوربا والولايات المتحدة عبر أقمار الاتصال , كما تم نقل وقائع الدورة الأولمبية التي أقيمت في طوكيو عام 1964 إلي كل أنحاء العالم عبر القمر الصناعي " تلستار " وبالتالي بدأ عصر جديد للتليفزيون الدولي .

وقد بذل المهندسون في شركة" Hughes Aircraft " جهودهم من أجل إطلاق أول قمر صناعي مداري متزامن منذ فبراير 1963 , وذلك علي أساس استقرار هذا القمر المتزامن في نقطة من الفضاء تسمح له بأن يدور بسرعة متزامنة مع سرعة دوران الكرة الأرضية , ورغم ذلك انتهت محاولة إطلاق القمر "Syncom I " بالفشل .

وبعد ذلك تم إطلاق القمر " Syncom II " في شهر يوليو من نفس العام 1963بنجاح علي ارتفاع 22,300 ميل من سطح الأرض فوق منطقة المحيط الأطلنطي وخط الاستواء .

واستطاعت السفينة " Kings Port " التابعة للأسطول الأمريكي التقاط الإشارات المرتدة من هذا القمر عبر رسالة واضحة تماما من خارج ساحل نيجيريا , وكان ذلك إيذانا ببدء الجيل الثاني من الإذاعة عبر الأقمار الصناعية , ولم يعد هناك حائل دون وصول الخطب السياسية , والحفلات الموسيقية , والباريات الرياضية , والبرامج التليفزيونية والإرسال الهاتفي , وغيرها بشكل مستمر وبدون توقف إلي أي مكان علي سطح الكرة الأرضية

وفي عام1962 وافق الكونجرس الأمريكي علي إنشاء هيئة شبه حكومية للاتصال عبر الأقمار الصناعية عرفت باسم " COMSAT " كما تمت الموافقة علي قانون الاتصالات الفضائية لعام 1962 .

كذلك تم إنشاء المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية " INTELSAT "

وهي عبارة عن :-

جهود دولية مشتركة للسيطرة علي الاتصالات الفضائية , وتطوير الاتصالات الدولية .

وأطلقت هذه المنظمة القمر الصناعي " EARLY BIRD " في 6إبريل من عام 1965 كأول قمر صناعي مداري تطلقه منظمة " انتلسات " , ثم تبعه سلسلة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الكرة الأرضية بشكل متزامن .

وقد أتاحت سلسلة أقمار " انتلسات " الأتي :-

اتصالات دولية واسعة النطاق ليس في مجال التليفزيون فقط , وإنما امتدت لتشمل نقل بيانات الحاسب الإلكتروني , والاتصالات الهاتفية , والراديو ذو الاتجاهين ومراقبة الطقس , واستخدامات عديدة أخري .

وفي عام 1967 تم إطلاق الجيل الثاني من أقمار "انتلسات " " INTELSAT,II " فوق المحيطين الباسيفيكي والأطلنطي , وقد حقق هذا الجيل الثاني إمكانية الاتصال الفوري بحوالي ثلثي الكرة الرضية.

ثم بدأ الجيل الثالث من أقمار انتلسات بين عامي (1968 – 1970) وكان موقعه فوق المحيط الأطلنطي والمحيط الهندي وأتاح الاتصال الدولي بكل الكرة الأرضية .

وظهر الجيل الرابع من أقمار انتلسات بين عامي (1971 – 1973) وأضاف تكنولوجيا جديدة يطلق عليها :- " Beam Separation "

وتعني زيادة مقدرة أقمار الاتصال علي نقل المعلومات من الأقمار الصناعية وإليها كما أدي تطوير هوائيات الإرسال والاستقبال إلي جعل الترددات تتوجه مباشرة إلي

الكرة الأرضية وخلال الثمانينيات تم إطلاق الجيل الخامس الأكثر تطورا من أقمار انتلسات

تطور الأقمار الصناعية

" تطورت الأقمار الصناعية منذ أن كانت فكرة بسيطة دارت في ذهن أحد مهندسي الاتصالات , وهو " آرثر كلارك " عندما كتبها كفكرة في مجلة " عالم اللاسلكي " في أكتوبر عام 1945 , حتي أصبحت تمثل حجر الزاوية في الاتصالات الدولية والإرسال التليفزيوني المباشر , الذي يمثل أكبر ناقل للأخبار المصورة في كل أنحاء الكرة الأرضية حاليا ."

" وقد بدأت الأقمار الصناعية تنطلق في الفضاء لتتلقي الإشارات ثم تحولها إلي ترددات أخري وتبثها علي الأرض ثانية , وكان القمر " كوريير" الذي أطلقته الولايات المتحدة في عام 1960 أول هذه الأقمار , ثم تلاه القمر " أوسكار " الذي خصص بكامله لهواة الراديو , أما نقل البث التليفزيوني بين القارات , فلم يتحقق إلا في عام 1962 , عندما أطلقت الولايات المتحدة القمر " تلستار" في يوليو 1962 .

ولكن المشكلة في هذه الأقمار الصناعية الأولي , أنها كانت تدور بسرعة اكبر من سرعة دوران الأرض ذاتها , لعدم وجود صواريخ قادرة علي دفعها إلي مدارات أكثر ارتفاعا في الفضاء , ثم تم التغلب علي هذه المشكلة والحصول علي أقمار متوافقة تحتفظ بموقع ثابت من الأرض , عندما توافرت الصواريخ القادرة علي إطلاق الأقمار الصناعية إلي مدارات علي ارتفاعات تبلغ نحو 36 ألف كيلو متر فوق خط الاستواء, حيث يتيح مثل هذا الارتفاع بقاء القمر في موقع ثابت بالنسبة للمحطات الأرضية , ولا تحتاج إلي معدات خاصة أو تجهيزات مكلفة لمتابعة تحركه وكان القمر " انتلسات " رقم واحد والمسمي " بالطائر المبكر " الذي أرسلته المنظمة الدولية لأقمار المواصلات "انتلسات " في إبريل عام 1965 , هو أول قمر يطلق في مدار ثابت حول الأرض للاستخدام في الأغراض التجارية .

يستطيع القمر الصناعي الواحد نقل 24 ألف مخابرة هاتفية في وقت واحد , وقدرة أقمار المواصلات علي نقل الإشارات التلغرافية عظيمة جدا تصل غلي 64 مليون إشارة في الثانية , مقابل حوالي 15 إشارة ينقلها مفتاح (مورس) القديم أو 25 إشارة للمراقبات الكاتبة الحديثة (التليتايب) ."

تطور الأقمار الصناعية في العالم الغربي

" تحقق حلم " أرثر كلارك " في ربط العالم بشبكة من الأقمار الصناعية لأول مرة عام 1960 عندما استخدم سلاح البحرية الأمريكية القمر الطبيعي كمحطة توسط لإرسال الإشارات والصور بين مدينة واشنطن وجزيرة هاواي ."

" وفي عام 1962 وافق الكونجرس الأمريكي علي إنشاء هيئة جديدة لإنشاء وامتلاك وإدارة هيئة تجارية للاتصال عن طريق الأقمار الصناعية هي الشركة الأمريكية للأقمار الصناعية المعروفة باسم :-

The United States Communications Satellites Corporation
(Comsat)

" ولقد بادرت الشركة التي تم تمويلها عن طريق الاكتتاب , والتي احتجزت السلطات الأمريكية فيها خمسين في المائة لاستخدامات البرق والهاتف بإنشاء شبكة للأقمار الصناعية .

وفي نفس العام أي عام 1962 أطلقت الولايات المتحدة أول قمر صناعي للاتصالات الفضائية وهو قمر " Telstar " . وكان هذا القمر من النوع غير المتزامن أي أنه لم يكن ثابتا فوق مكان واحد بالنسبة للأرض , لذا لم يكن من الممكن استخدامه طوال الأربع والعشرين ساعة .

وعلي الرغم من ذلك تم نقل أول برامج تليفزيونية حية عن طريق هذا القمر في صيف 1962 بين الولايات المتحدة وشبكة اليوروفزيون تابعها جمهور من المشاهدين قدر بحوالي 200 مليون فرد ."

" ولقد فطنت هيئة الأمم المتحدة منذ البداية إلي أهمية وخطورة الدور الذي يمكن أن تلعبه الأقمار الصناعية في مجال الاتصال الدولي , لذلك نبهت إلي وضع هذا الاختراع تحت تصرف دول العالم جميعا دون تحيز ."

" وتكون نتيجة لذلك هيئة دولية جديدة سنة 1964 هي الرابطة الدولية لأقمار الاتصال المعروفة بال " Intelsat " باتفاق 12 دولة . ولقد عينت الرابطة الدولية شركة " Comsat " الأمريكية لإدارة الرابطة من الناحية التقنية .

وأطلقت رابطة انتلسات أول قمر صناعي لها " Early Bird " عام 1965 م بلغت طاقته 240 دائرة هاتفية ودائرة تليفزيونية واحدة واستمر العمل به سنة واحدة . وكان هذا القمر الذي يمثل أول جيل من أجيال الأقمار الصناعية التي أطلقتها الرابطة أول قمر صناعي متزامن .وتلي هذا القمر الجيل الثاني من الأقمار الصناعية باسم " Intelsat II " وبلغت طاقة كل من قمري هذا الجيل ضعف طاقة قمر الجيل الأول , كما بلغ عمرها سنتين.

ولقد قام بنقل عدد من الأحداث العالمية الهامة من القارة الأوربية إلي الأمريكتين حتي اليابان واستراليا في أقصي الشمال مثل :-

احتفالات موسكو بمناسبة عيد أول مايو وجنازة المستشار الألماني اديناور وخلافه .ثم أطلق جيل ثالث من الأقمار باسم " Intelsat III " تمركز اثنان من أقماره فوق المحيط الأطلنطي والثالث فوق المحيط الهادي والرابع فوق المحيط الهندي .

وبلغ عمر هذا الجيل خمس سنوات .

وفي عام 1968 م أطلق جيل رابع من الأقمار هو " Intelsat IV " وبلغ طاقة هذا الجيل من الأقمار 6آلاف دائرة هاتفية و12 دائرة تليفزيونية .

ولقد حقق هذا الجيل نجاحا عظيما في مجال الاتصالات الفضائية .كما أدي هذا النجاح إلي انضمام 100 دولة إلي الرابطة الدولية للأقمار الصناعية ."

تطور الأقمار الصناعية في دول الكتلة الشرقية

" أما تطور الأقمار الصناعية في الكتلة الشرقية فكان قد بدأ عام 1961عندما تمكن العلماء السوفيت من نقل صور حية لرائد الفضاء " الكسي ليونيف " من مركبة الفضاء " Vostock 2 " . وتكرر نجاح العلماء السوفيت في الاتصالات الفضائية عندما تمكنوا من نقل صور حية أخري لرواد فضاء مركبات
" Vostock 3 – Vostock 4 " كذلك عندما أمكنهم تلقي إشارات لاسلكية وصورا من سفينة فضاء كانوا قد أطلقوها إلي المريخ . وفي كل مرة كان جمهور مشاهدي التليفزيون السوفيتي يتابع الإرسال الذي كان يتم من خلال شبكة التليفزيون السوفيتي باهتمام وشغف بالغين .

وفي عام 1965 أطلق الاتحاد السوفيتي أول قمر صناعي " Molniya 1 " . واتخذ هذا القمر مدارا بيضاويا , كانت نقطة الأوج الخاصة به علي ارتفاع 40 ألف كيلو مترا من نصف الكرة الأرضية الشمالية ."
"وكان القمر مزودا بمحطة إرسال قوتها 40 وات بالإضافة إلي محطتين احتياطيتين مما جعل الإرسال جيدا , كما كانت فترة إرسال القمر تصل إلي 9 ساعات يوميا .
ولقد ساهم هذا القمر في ربط أنحاء الإتحاد السوفيتي . ففي احتفالات أول مايو لهذا العام أي عام 1965 , شاهد ملايين المواطنين السوفيت المهرجانات التي أقيمت في موسكو بهذه المناسبة .
كما تم أيضا تسجيل احتفالات مدينة فلاديفستوك بهذه المناسبة والتي تقع في شرق روسيا , ونقلها عن طريق القمر الصناعي إلي استوديوهات التليفزيون بموسكو وبثها عن طريق شبكة الانترفزيون غلي دول أوربا الشرقية بعد النجاح الذي حققه القمر الصناعي الأول أطلق العلماء السوفيت عدة أقمار صناعية أخرى من طراز مولنيا التابعي أي غير المتزامن وتتكون شبكة الأقمار الصناعية السوفيتية اليوم من عدد من هذه الأقمار التي تضمن تغطية الدولة بأكملها إعلاميا .

وفي عام 1971 م أنشأت حكومة الإتحاد السوفيتي بالاتفاق مع دول أوربا الشرقية وكوبا ومنغوليا شبكة " Intersputnik " تركت عضويتها مفتوحة لأي دولة ترغب في الانضمام إليها وتقوم هذه الشبكة التي تتكون من عدد من الأقمار الصناعية غير المتزامنة بخدمة 40 محطة أرضية بكفاءة عالية .

ومن المتوقع أن تضم هذه الشبكة في المستقبل أقمارا متزامنة مما سيجعل ربط شبكتي الانترسبوتنيك والانتلسات عملية سهلة. وسوف يؤدي ذلك بالتالي إلي :-

إمكانية إرسال أية رسالة من أية جهة من جهات العالم والتقاطها أثناء بثها في جميع أنحاء العالم الأخرى ."

أجيال الأقمار الصناعية:-

الجيل الأول (انتلسات الأول) :-

كان الجيل الأول من الأقمار الصناعية المتزامنة يتمثل في الطائر المبكر (انتلسات الأول) وسعته 240 دائرة هاتفية أو قناة تليفزيونية واحدة , وقد أطلق إلي مداره فوق المحيط الأطلسي في إبريل سنة 1965 , ولا يزال عاملا حتي الآن , رغم أن العمر المقدر له كان عاما ونصف عام.

الجيل الثاني (انتلسات الثاني):-

وأطلق الجيل الثاني (انتلسات الثاني) في سنة 1967إلي مداره ,

وكان يتكون من ثلاثة أقمار , أجدها فوق المحيط الأطلسي واثنان فوق المحيط الهادي . وسعة القمر الصناعي من الجيل الثاني 240 دائرة هاتفية أو قناة تليفزيونية واحدة .

الجيل الثالث (انتلسات الثالث) :-

فسعة القمر الصناعي منه 1200 قناة هاتفية أو أربع قنوات تليفزيونية , وهذه المجموعة تعمل فوق المحيطات الثلاثة (الأطلسي – الهادي – الهندي) , ويمكن لهذا الجيل الثالث أن يعمل في مجالات التليفزيون والاتصالات الأخرى في وقت واحد , في حين أن الجيلين الأول والثاني كان لا يستطيعان ذلك .

وقد تعرضت أقمار الجيل الثالث لبعض المصاعب , عندما توقف القمر الذي أطلق فوق المحيط الأطلسي عن العمل لعدة أسابيع , كما أن القمر الخاص بالمحيط الهادي لم يعمل بكامل طاقته فتقرر تحويله لخدمة المحيط الهندي , فأصبح نظام الأقمار كاملا يخدم جميع أنحاء العالم في يوليو سنة 1969 .

الجيل الرابع (انتلسات الرابع) :-

هو نفس الجيل الذي ينتظم فيه القمر الصناعي العربي ,وسعة القمر الصناعي منه 12 قناة تليفزيونية أو 5500 قناة هاتفية مزدوجة في آن واحد . وتبلغ قوة الجيل الرابع خمسة أضعاف قوة الجيل الثالث وفي سبتمبر سنة 1975 أطلق القمر (انتلسات الرابع) وسعته 20 قناة تليفزيونية ملونة وستة آلاف دائرة هاتفية . وسوف يطلق قمر جديد في سنة 1979 , سعته 12000 دائرة هاتفية ."

تعريفات القمر الصناعى

"هو قمر صناعي صنعه الإنسان , وليس قمر طبيعي , تحمله ثلاث صواريخ ,ينطلق به الأول ولا يستمر في الدفع , ثم يستمر الثاني في محاولة دفعه في الفضاء , والثالث يدفعه دفعة قوية ولكنه لا يستمر في الاندفاع لأن الأرض بها جاذبية أرضية ."

"مصطلح القمر يعود من الناحية الجغرافية إلى جسم فضائي يصاحب ويدور حول جسم فضائي أكبر منه فالقمر هو جسم تابع للأرض يدور حولها .

بالإضافة إلى الأقمار الطبيعية يوجد الآن ما يسمى بالأقمار الصناعية (Satellite)

تعريف (1) القمر الصناعي



" القمر الصناعي " Satellite " هو جسم دوار ينطلق من قاعدة علي الأرض في مدار معين حول الأرض ويستمر في الدوران بحكم الجاذبية الأرضية وفقا لقوانين الجاذبية التي توصل إليها " إسحاق نيوتن " قبل 200 عام , ويظل هذا الجسم يدور في الفضاء بنفس السرعة التي أطلق بها ما لم يتدخل عامل خارجي . وغالبا ما يكون القمر الصناعي مزودا بمحطة استقبال ومحطة إرسال وعددا من الأجهزة الأخرى مثل :- أجهزة التسجيل التي تلتقط البرامج الموجهة إليها وتسجلها لتعيد إرسالها في الوقت المحدد بطريقة آلية ."

الأقمار الصناعية Satellites " يطلق القمر الصناعي بأحد الصواريخ Missiles القوية والعابرة للقارات الذي يقوم بوضع القمر الصناعي في مداره المحدد فوق الأرض بارتفاع يصل إلي 23000 ميل ويشتمل القمر الصناعي علي هوائيات " Antennas "

كما يتضمن عدة أجهزة لاستقبال الرسائل من الأرض وتكبير الإشارات المتضمنة في هذه الرسائل ثم بثها إلي أي نقطة معينة علي الأرض ويغطي سطح القمر الصناعي بطاريات شمسية دقيقة جدا . وتصل سرعة نقل البيانات عبر القمر الصناعي من 356 ألف (كيلو) إلي 100 مليون (ميجابت) في الثانية الواحدة

تعريف (2) القمر الصناعي

" القمر الصناعي " Satellite " عبارة عن جهاز استقبال وإرسال يسير في مدار الفضاء الخارجي " Extraterrestrial " خارج الجاذبية الأرضية , قادر علي إعادة نقل الإشارات من نقطة إلي نقطة أو نقاط أخرى علي سطح الأرض ."

"والقمر الصناعي نوع من سفن الفضاء " Space Craft " يدور حول الأرض , أو أي جسم سماوي آخر ."

" القمر الصناعي الفضائي هو في الحقيقة جهاز إرسال واستقبال يعمل لاسلكيا صغير الحج نسبيا يطلق بواسطة صاروخ إطلاق ضخم متعدد المراحل إلي الفضاء الخارجي ليستقر بعد الإطلاق في مدار ثابت حول الأرض ."

تعريف (3) للقمر الصناعي

"مركبة يطلقها الإنسان إلى مدار حول الأرض بواسطة صاروخ ذي مراحل.
ويتعين أن تكون سرعة انطلاق القمر الصناعي كافية لإيصاله إلى المدار المطلوب ودورانه حول الأرض، وأن لا تتجاوز هذه السرعة حدا معينا و إلا أدى ذلك إلى تفلت القمر من جاذبية الأرض واندفاعه نحو الفضاء الخارجي .
والقمر الصناعي مزود بمجموعة من الأجهزة القادرة على جمع المعلومات التي يتعذر الحصول عليها من فوق سطح الأرض. "

تعريف (4) للقمر الصناعي

" والأقمار الصناعية أساسا عبارة عن (أقمار توزيع) يمكنها نقل برامج الإذاعات المسموعة والإذاعات المرئية سواء بسواء , مثلما يمكنها نقل المكالمات الهاتفية .

وفي النظم الفضائية , يتم تصنيع ثلاثة أقمار صناعية لخدمة كل نظام فضائي , يطلق اثنان منها في الفضاء ويكون أحدهما احتياطيا للأخر ويستخدم في حالة حدوث أي خلل أو عطل , بينما يكون القمر الثالث قمرا احتياطيا أيضا , يحتفظ به فوق سطح الأرض , استعدادا لإطلاقه في حالة إصابة أي من القمرين في الفضاء بأي عطل يخرجه من الخدمة .

والأقمار الصناعية في حقيقتها أيضا , مجرد وسيلة تساعد علي الوصول بالبث التليفزيوني بصفة أساسية إلي أماكن ليس بمقدوره الوصول إليها بوسائل اتصال أخري , وبنفس الدرجة من السهولة واليسر والاقتصاد,

وتمثل تلك الأقمار جانبا هاما لا غني عنه كإحدى العلامات البارزة في تكنولوجيا الاتصال , وخاصة فيما يتعلق بالبث التليفزيوني

" Satellite T.V. " الذي بدأ بإطلاق القمر الصناعي " Telstar " في 10 يوليو 1962 , وما تبعه من أقمار صناعية أخري تدور فوق خط الاستواء , وقد وفر ذلك اتصالات مستمرة واضحة , مع وجود المحطات الأرضية .

وهذه الأقمار (تحمل هوائيات – أجهزة استقبال – أجهزة إرسال) إلي المحطات الأرضية التي تستقبل وتعيد البث , فهي بمثابة محطة توزيع .

وأول قمر صناعي عرفه العالم , " سبوتنيك 1 " الذي أطلقه الاتحاد السوفيتي السابق في 4 أكتوبر عام 1957 , ويوجد الآن أكثر من ثلاثة آلاف قمر صناعي تدور جميعها حول الأرض ."

تعريف (5) للقمر الصناعي

"هو عبارة عن جهاز يدور حول الأرض في مدارات معينة ، لتقديم خدمات مختلفة ، مثل:- (الاتصالات ، الاستشعار عن بعد ، تحديد المواقع ، الاستخدامات العسكرية ، و غيرها)."

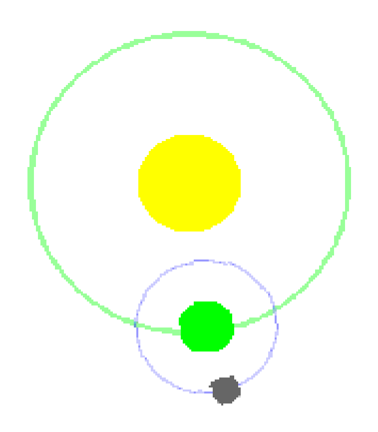
تعريف (6) للقمر الصناعي

" يعد القمر الصناعي مركبا فضائيا بلا رواد دورة واحدة على الأقل حول الأرض في مداره الفضائي."

تعريف (7) للقمر الصناعي

" القمر هو جسم ذو كتلة, يدور في مدار محدد له ثابت لا يتغير .ومن هنا جاء مصطلح الأقمار الصناعية لتلك الأجسام المصنوعة والتي توضع في مدار حول الأرض والقمر الصناعي هو مركبة فضائية لا تتعدى الفضاء الخارجي للأرض, تحمل معدات ومجهزات ومولدات طاقة ,وقد تحمل بشرا أحياناً."

الساتل أو الساتل الفضائي أو القمر الصناعي



x

الستالايت بوجه عام هو أي جسم فضائي يدور حول نفسه أو حول جسم فضائي أخر وقد درج العلماء علي إطلاق هذا الاسم علي الأقمار الصناعية التي يتم إطلاقها في الفضاء لتدور حول الأرض .

هو مركبة تدور في فلك في الفضاء الخارجي حول الأرض أو حول كوكب آخر، ويقوم بأعمال عديدة مثل الاتصالات والفحص والكشف.

التسمية:-

" كان العرب أول من استخدم كلمة الساتل في علم الفلك دلالة على الأجسام الفضائية التي تتبع أخرى وتدور في فلكها، فالقمر ساتل للأرض، وجمعها سواتل (من سَتَلَ القومُ سَتْلاً وانْسَتَلُوا، أي خرجوا متتابعين واحداً بعد واحد). وكلمة ساتل العربية دخلت اللغة الإنجليزية من خلال اللغتين اللاتينية و الفرنسية لتصبح
(بالإنجليزية: Satellite) ."

كيفية إطلاق السواتل:

حين تقرر جهة ما إطلاق ساتل لها تقوم بالاتفاق والتعاقد مع إحدى الشركات الفضائية المتخصصة في ذلك. ولأغراض التأمين يصنع ساتلين متطابقين تماما،حتى إذا تاه الساتل في الفضاء لأخطاء فنية ولم يبقى في مداره، يقوموا بإطلاق النسخة الثانية. ويستخدم لهذا الغرض مركبات فضائية خاصة تحمل هذه السواتل معها وتطلقها في مدارها الخاص. ثم باستخدام وسائل التحكم عن بعد يقوم فريق أرضي بضبط هذا الساتل للقيام بمهامه.

تجهيز السواتل:

تجهز السواتل قبل إطلاقها بخلايا ضوئية لتوليد الطاقة اللازمة من أشعة الشمس لتشغيلها. كما تجهز باللواقط والمرسلات والكاميرات والرادارات الخاصة تبعا لتخصص هذه السواتل. ويمكن التحكم فيها عن بعد. وحسب نوع الساتل يتحدد ارتفاع مداره وطريقة واتجاه تحركه ومنطقة تغطيته.

بعد ومكان الأقمار الصناعية من الأرض

بعد الأقمار الصناعية عن سطح البحر " للأرض " 36 ألف كيلو متر

أين توجد الأقمار الصناعية ؟

جميع الأقمار الصناعية الخاصة بالإذاعة والتليفزيون توجد فوق خط الاستواء أ ي عند منتصف الأرض الجغرافي .

كيف يعمل القمر الصناعي

كانت أول أقمار الاتصالات غير فعّالة، أي أنها كانت ببساطة كُرَات معدنية مَداريّة تعكس الإشارات، كمرآة تعكس الخيال، على حين أن جميع أقمار الاتصالات التي تَلَت، أصبحت فعّالة، حيث تُضَخّم (تقوّي) هذه الأقمار الإشارات وتُرسلُها. ويناقش هذا الجزء عمل أقمار الاتصالات الفعَّالة.

نظام ترحيل قمري يستطيع حَمْل إشارات عبر مسافات شاسعة، حين تبثُّ محطة أرضية إشارات على موجات الراديو إلى القمر، فتوجه حزمة هوائي القمر الإشارات إلى محطة أرضية أخرى. وتتوافق سرعة القمر مع سرعة دوران الأرض بحيث يظهر ثابتاً فوق بقعة على الأرض.

نقل الإشارات يُرَحِّل قمر الاتصالات الفعَّال الإشارات ترحيلاً رئيسيًّا باستخدام جهاز إلكتروني يُسمَّى المُرْسِل المُستَجيب. يَسْتَلِم المُرْسِل في المحطة الأرضية الإشارات من الهاتف أو البرق أو محطة الإذاعة أو التلفاز فتُرْسل المحطَّة الأرضية الإشارات بموجات الراديو إلى مُرْسِل مُستَجِيب القمر الصناعي الذي يُضَخِّم الموجات ويعيد إرسالها. ويُوَجِّه هوائيٌّ إرسالٍ في قمر الاتصالات حزمة موجات الراديو من المُرْسِل المستجيب باتجاه محطة استقبال أرضية أو قمر اتصالات آخَر. ولمعظم أقمار الاتصالات أكثر من مُرْسِل مستجيب وأكثر من هوائيّ، وذلك حتى يمكنها ترحيل عدة مجموعات من موجات الراديو في وقت واحد.

ويتزوَّد المُرسِل المستجيب والتجهيزات الإلكترونية الموجودة على قمر الاتصالات بالقدرة من لوحات شمسية وبطاريات تخزين. فتجمع اللوحات الشمسيَّة الطاقة من الشمس وتحوّلِها إلى قدرة كهربائية. وتزود البطاريات قمر الاتصالات بالكهرباء عندما

لا يستقبل القمر أشعة الشمس. وتعمل التجهيزات الكهربائية على معظم أقمار الاتصالات بسهولة لمدة من 7 إلى 10 سنوات قبل أن تبدأ بالتوقُّف.

المَحطَّات الأَرضية. مثل هذه المحطات في بنسلفانيا في الولايات المتحدة الأمريكية تستخدم هوائياتٍ ضخمة لاستقبال الإرسال من أقمار الاتصالات والإرسال إليها.

التوجيه المداري. يتمُّ إطلاق معظم أقمار الاتصالات بالصواريخ، أو يُحمل القمر إلى الفضاء بوساطة المكوك الفضائي، وتوجِّه محركات مساعدة صغيرة هذه الأقمار إلى مداراتها وتساعدها على البقاء هناك.

وتوضع معظم أقمار الاتصالات في مدارات تزامنية (ثابتة بالنسبة للأرض) بحيث تكون فوق سطح الأرض بنحو 35,900كم . ويمكن لمحطة أرضية أن تتصل مع قمر الاتصالات بشرط أن يكون هذا القمر فوق الأرض دائرًا بسرعة دوران الأرض نفسها، ويظهر نتيجة لذلك مستقرًا (لا يتحرك) بالنسبة للأرض، وواقعًا في مجال بعض المحطَّات طيلة الوقت. أمَّا إذا لم يكن قمر الاتصالات في مدار تزامني فإنه سيمر فوق محطة أرضية معينة لمدة قصيرة أثناء كل مدار.

ويمكن أن يغطِّي البث من قمر الاتصالات، في مدارٍ يسير فيه القمر بسرعة تساوي سرعة دوران الأرض، نحو ثلث سطح الكرة الأرضية. ولذلك فإن ثلاثة أقمار اتصالات أو أكثر، موضوعة وَضْعًا ملائمًا حول الكرة الأرضية، تستطيع إرسال إشارات تغطي العالم.

عناصر نظام القمر الصناعى

يبدأ تكوين النظام أولا بإطلاق القمر الصناعي إلي الفضاء بواسطة صواريخ الرفع حيث يأخذ القمر الصناعي مداره (Orbit) حول الأرض ثم الإرسال أو الاستقبال من القمر الصناعي عن طريق المحطات الأرضية .

مكونات القمر الصناعى

" مكونات أي قمر صناعي هي مجموعه الأجزاء والمعدات المختلفة التي يحتاجها لأداء المهمة المكلف بها وهناك مكونات أساسية توجد في جميع الأقمار مثل أجنحة الخلايا الشمسية التي تمد القمر بالطاقة اللازمة لتشغيله وهناك بطارية احتياطية من الهيدروجين أو النيكل كايدوم لتشغيل القمر في حالات الطوارئ أو في حالات الكسوف الشمسي وهناك الهوائيات اللازمة لاتصال القمر بمحطات التحكم الأرضية وبث الصور والبيانات إليها واستقبال الأوامر منها وهناك الكاميرات الرقمية الدقيقة جدا خاصة في أقمار التجسس وأقمار الطقس وأقمار الأبحاث العلمية وتصل دقة هذه الكاميرات إلي تصوير سيارت متحركة علي الأرض بكل تفاصيلها وهناك النواقل كما في أقمار البث الفضائي والاتصالات وهي التي يتم تحميل القنوات الفضائية والتليفونية عليها وتتميز أقمار الاتصالات والبث التليفزيوني عن جميع الأقمار الصناعية بالهوائيات العملاقة الموجودة فيها والتي تتيح لها نقل الصور والبيانات والاتصالات من مكان إلي أخر علي سطح الكرة الأرضية

وتوجد كل هذه المحتويات في وعاء خارجي يحمل اسم البص أو الأتوبيس وهو الغلاف الخارجي للقمر الصناعي أو الهيكل الأساسي له والذي يضم بدوره مجموعه كبيرة من الدوائر والرقائق الالكترونية وأجهزة الكومبيوتر الدقيقة ومولد للطاقة ومعدات الاتصال"

مما تتكون الأقمار الصناعية؟

" تتكون أقمار الاتصالات والبث الإذاعي والتليفزيوني من وحدتين رئيسيتين هما:-

- وحدة الخدمة .
- وحدة الاتصال.

أولا :- وحدة الخدمة

تحتوى على أجزاء تخدم عمل تحكم الأقمار الصناعية وأجهزة القياس وأجهزة إمداد القمر الصناعي بالطاقة الكهربية اللازمة لعمله.

ثانيا :- وحدة الاتصال

تحتوى على الحوامل (Transponder) وهى أجهزة تقوم بإرسال واستقبال الإشارات من وإلى الأرض في التقنية التماثلية كان يستخدم حامل لكل قناة أما في التقنية الرقمية يمكن إرسال حتى عشر قنوات مختلفة على نفس الحامل والحامل يمثل بالذبذبة أو بالتردد. "

أنواع السواتل الفضائية

تتنوع الأغراض المتطلبة من السواتل فتم إنشاء أنواع معينة لكل غرض من بين هذه الأنواع:-

- السواتل الفلكية.
- السواتل المستخدمة للاتصالات.
- السواتل المراقبة للأرض.
- السواتل المستخدمة للملاحة.
- السواتل المستكشفة.
- السواتل المستخدمة في الطاقة الشمسية.
- المحطات الفضائية.
- السواتل المستخدمة لمعرفة حرارة الجو.
- السواتل الدقيقة.
- السواتل العسكرية
- أقمار الاستشعار عن بعد.

وأقمار الاستشعار عن بعد نوعان هما :-

أولا:- أقمار مأهولة

تحمل بشر وهي تسمى في الغالب مركبات فضائية,ومن أمثلتها ميركوري وجيمني وأبو للو والمعمل الفضائي وغيرها .

2) أقمار غير مأهولة :-

لا تحمل بشراً كأقمار (لاندسات , وسبوت , وآي آر إس , و إيكونوس , وكويكبيرد , وغيرها) .

أنواع الأقمار الصناعية

والأقمار الصناعية عدة أنواع منها:-

ما هو مخصص للبحث العلمي ودراسة الأرض وطبيعتها .

ما هو مخصص للطقس وتغيراته .

ما هو مخصص لتحديد المواقع الجغرافية .

ما هو مخصص للتجسس .

ما هو مخصص للاتصالات .

ولكل نوع منها تكوينه الخاص .

أنواع أقمار الاتصال

- الأقمار السالبة .
- الأقمار الإيجابية .

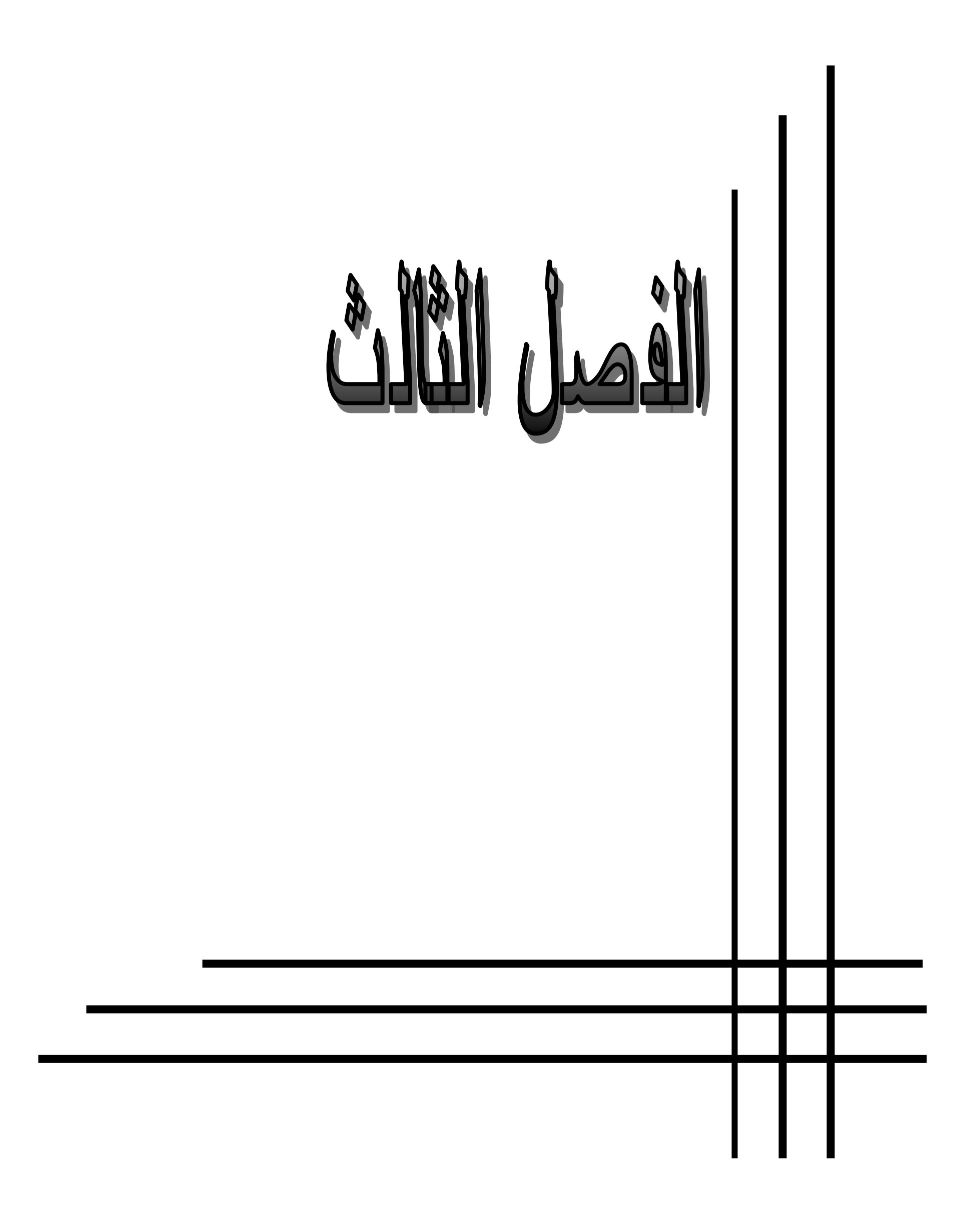
أولا :- الأقمار السالبة

القمر السالب هو عبارة عن بالون كبير له سطح معدني يستطيع أن يعكس الإشارات المرسلة إليه من الأرض فيتم استقبالها في مكان آخر .

وتعتمد الأقمار السالبة علي سطحها المعدني العاكس لإعادة الإشارة إلي الأرض مرة أخري , أي أنها تعمل كالمرآة التي تعكس الصورة المرسلة إليها في الاتجاه المحدد لها . لذلك فإن هذه الأقمار تكون قليلة التكلفة .

ثانيا:- الأقمار الإيجابية

وهي التي تحتوي علي أجهزة استقبال وإرسال وأجهزة للتسجيل وغيرها مما يحتاجه العمل الإذاعي . لذلك فهي تحتاج إلي طاقة لتشغيلها .وتستمد هذه الأقمار طاقتها من مجموعة البطاريات الشمسية علي سطحها .



الأهداف الإجرائية للفصل الثالث

بعد دراسة هذا الفصل ينبغي أن يكون الدراس قادراً علي

1. التعرف على التقسيمات المختلفة للقنوات الفضائية العربية.
2. التعرف علي أهداف القناة الفضائية المصرية.
3. التعرف على نوعية البرامج المقدمة علي القناة الفضائية المصرية الأولى.
4. التعرف على أهداف القناة الفضائية المصرية الثانية.
5. التعرف على القنوات الفضائية المتخصصة .
6. يعدد أهداف قنوات النيل المتخصصة.

مقــدمة

هل بدأ عصر التوازن في الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية بعد أن ساد الاتجاه الواحد فتر طويلة ؟ هل مفهوم " النظام الإعلامي الجديد" الذي يؤيد النمط الأمريكي سيتغير ؟ باختصار هل ستتحطم مقولة " ابراهام مولز" التي تؤكد أن المصائب والكوارث والسلبيات – وما أكثرها – في العالم الثالث لا تمثل لأبناء العوالم الأخرى سوي نوع من التسلية ؟

ندرك تماما أن الإجابة عن هذه الأسئلة بل عن كل سؤال واحد منها يمكن أن تسود له صفحات وصفحات ولكننا نرى أن القناة الفضائية المصرية والتي بدأ بثها يمتد لكي يغطي قرابة ثلث مساحة الكرة الأرضية (بفضل قمرين للاتصال) ويصل بذلك إلى معظم الدول الأوروبية والأفريقية وأجزاء من قارة آسيا يمكنها أن تأخذ طريقها الآن لكي تطل قريبا على المحيط الهادي بل ويمكن أن تصل إلى استراليا والأمريكتين بعد شهور قد تكون معدودة .

أمل نتطلع إليه لكي تكون لنا مرآة صادقة تعكس واقعنا للعالم الخارجي بالصوت والصورة وبلا مصاف تليفزيون بلا حدود سياسية أو قومية أو دينية مسلمين بالدور المتزايد للتليفزيون في الحضارة المعاصرة ومؤكدين على الدور القيادي لمصر في المنطقة العربية في فترة محور الاهتمام خلالها من الطاقة إلى المعلومات بحيث أصبح

الحديث عن قوة الدول في المستقبل مرتبطا بجودة المعلومات المتاحة لها في عصر تتأكد فيه المقولة بأن من يملك التكنولوجيا سوف تكون له السيادة أي أن علينا أن نعيش ثورة المعلومات والتزاوج بين التقنيات فالفكر والعلم هما المقياس الأساسي الذي يمكن أن يقاس به تقدم الأمم .

ونحن بكتابتنا هذه السطور نسعى لمعرفة جدوى الخروج بصوت مصر وصورتها إلى خارج الحدود المصرية في إطار مفهوم الإعلام عبر الأقمار الصناعية ورغبتنا في معرفة ما يمكن أن يجذب المقيم في دولة أجنبية إلى مشاهدة برامج هذا التلفزيون المصري في وجود قنوات عالمية أخرى سبقت القناة الفضائية المصرية في التواجد على شاشات هذه الدول أو على الأقل تزامنت معها بمعنى وجود منافس في الميدان يتمثل في القنوات المحلية في هذه الدول المستقبلة أو القنوات الوافدة إليها وبعضها و بعضها من دول أكثر تقدما من مصر في مجال التلفزيون وخصوصا بالنسبة للمستوى التقني والفني مما يؤهلها بطبيعة الحال لإنتاج برامج عالية الجودة .

القنوات الفضائية العاملة في مصـــر

التقسيمات المختلفة للقنوات الفضائية العربية

توجد تقسيمات عديدة للقنوات الفضائية في فضاء المنطقة العربية منها:

<u>(1) التقسيم الأول ويقسم القنوات الفضائية العربية إلى نوعين علي النحو الآتي:</u>

1- **القنوات الرسمية** : بدأت مصر بإطلاق أول قناة تلفزيونية فضائية رسمية عبر عربسات في 12 ديسمبر 1990 ثم توالي إطلاق القنوات الفضائية العربية الرسمية الأخرى وتختلف أسباب الإطلاق , فعدد من هذه القنوات يحمل القناة الأرضية ذاتها للوصول إلى تجمعات اكثر مثل السعودية ولبيا والأردن , وهناك دول أقامت نظامها الفضائي لربط محطاتها التليفزيونية المحلية كلها في شبكة

واحدة للتبادل مثل : سلطنة عمان والجزائر وفي هاتين الحالتين لا تقدم القنوات الفضائية برامج خاصة بل تنقل ما تحمله القنوات الأرضية وهناك عدد آخر من القنوات الفضائية العربية الرسمية هدفها التعريف بسياسات الدول وثقافتها خارج الحدود مثل مصر وسوريا.

2- **القنوات الخاصة :** ويوجد العديد من القنوات الفضائية العربية الخاصة (غير الحكومية) ومنها :ART, Orbit ,MBC وكلها استثمارات عربية

(2) التقسيم الثاني : ويقسم الفضائيات الناطقة باللغة العربية كما يلي:

1- **القنوات ذات التوجه الحكومي :** وهي محطات حكومية تقدم رؤية الحكومة وآراؤها وهي ذات العدد الأكبر حيث أن كل دولة عربية لها محطة حكومية علي الأقل.

2- **القنوات ذات التوجه الديني والسياسي :** وهي محطات تتبنى توجهات فكرية ودينية وسياسية خاصة ومنها القناة الإسرائيلية والتي تغطي الشرق الأوسط وأوربا الوسطي , قناة أقرا الإسلامية Sat 7 المسيحية (قمر يوتلسات) قناة نورسات المسيحية (علي هوت بيرد) قناة العالم التابعة لمؤسسة الإذاعة والتليفزيون الإيرانية العالمية التي تحاول نشر الفكر الشيعي الإسلامي قناة معجزة المسيحية , وقناة إسلامية باسم Muslim Channel والتي تبث علي قمر النايلسات.

(3) التقسيم الثالث : ويقسم القنوات الفضائية إلى نوعين هما :

1- قنوات فضائية يتخلل برامجها بعض الإعلانات التجارية وهي تمثل حوالي80% من القنوات الفضائية.

2- قنوات فضائية لا تذيع إعلانات مثل قناة ديزني والقنوات التعليمية المصرية المتخصصة وشبكة شوتا يم , وهذه القنوات تنتج برامجها من حصيلة اشتراكات المشتركين , وعادة تقدم مضامين ترفيهية مثل المسلسلات الاجتماعية والأفلام الكوميدية التي تمتاز بالتحرير والتميز بشكل اكبر من القنوات التعليمية وتحاول باستمرار تطوير خدمتها بما يتلاءم مع رغبات المشاهدين خوفا من خسارة المشتركين.

(4) التقسيم الرابع : ويقسم القنوات الفضائية إلى نوعين هما:

1- **قنوات فضائية عامة** : تقدم كافة أنواع البرامج لفئات الجمهور المختلفة كالفضائية المصرية الأولى والقناة السعودية الأولى

2- **قنوات فضائية متخصصة** : تقدم نوعيات متخصصة من البرامج لفئة معينة من الجمهور كقنوات الأطفال والمرأة أو متخصصة في مضمون معين كالقنوات الموسيقية أو الرياضية أو التعليمية

القناة الفضائية المصرية

- **بداية القناة الفضائية المصرية**

في 12 ديسمبر 1990 تم الافتتاح الرسمي والبث للقناة الفضائية المصرية معلنة دخول مصر عصر البث المباشر للأقمار الصناعية ، وقد وضعت هذه الخطوة الرائدة مصر فى قائمة الدول المستفيدة من عصر الثورة التكنولوجية في استغلال الفضاء ، ومواكبة التطورات السريعة والمتلاحقة على الساحة الدولية وما تحمله من تطور ثقافي وعلمي وحضاري بدعم الدور الإعلامي المصري في تأكيد وترسيخ وحماية الهوية الثقافية المصرية والعربية في مواجهة تحديات البث الغربي المباشر.

وقع اتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري في 6 سبتمبر 1990 اتفاق مع المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات استئجار القناة غير يسيرة الإشعاع لمدة ثلاث سنوات ابتداء من نوفمبر 1990 وبدأت مرحلة البث التجريبي للقناة الفضائية

المصرية بعد اكتمال المحطة الأرضية بالمعادي حيث ثبت نجاح استقبالها بوضوح من خلال المحطات التي أقيمت في السفارة المصرية بدا البث المنتظم للقناة الفضائية المصرية يوم 2 ديسمبر .

وتضمن هذا الاتفاق عدة بنود منها :

- تحديد السعة القمرية المخصصة في أقمار الجيل الأول بقناة قمرية واحدة في الحيز C/S BAND TRANSPONDER .
- تبدأ فترة التخصص أول نوفمبر 1990 لمدة 24 ساعة يوميا ، سبعة أيام في الأسبوع ، ولمدة أدناها ثلاث سنوات .
- تدفع مصر مقابل استئجارها هذه القناة 2 مليون دولار سنويا .
- يقوم التليفزيون المصري ببث برامجه على القناة الفضائية المصرية من خلال المحطة الأرضية بالمعادي مع القمر الصناعي العربي للاتصالات والتابعة للهيئة القومية للاتصالات السلكية واللاسلكية .
- وبدأت مرحلة البث التجريبي للقناة الفضائية المصرية بعد إكمال المحطة الأرضية بالمعادي حيث تبث نجاح استقبالها بوضوح من خلال المحطات التي أقيمت في السفارة المصرية .

أهداف القناة الفضائية المصرية

1- ربط المواطنين العرب بالإعلام والثقافة المصرية التي تنبع عن واقعهم وتعبر عن وجدانهم .
2- ربط السفارات والمراكز الثقافية والإعلامية المصرية في المنطقة العربية والإفريقية والأوروبية بالإعلام المصري .
3- ربط الجاليات المصرية في المناطق المستهدفة بالإعلام المصري وبوطنهم الأم .

4- التعريف بالنشاط السياحي والتجاري و الاقتصادي المصري من خلال البرامج التليفزيونية التي تبثها القناة الفضائية

5- المبادرة باستغلال الفضاء في نشر الرسالة الإعلامية المصرية علي أوسع نطاق

6- ربط الجاليات المصرية بالمنطقة المستهدفة بالإعلام المصري وبوطنهم الأم بإطلاعهم على مختلف أوجه التقدم والازدهار وتزويدهم بأخبار بدلهم لدعم صلتهم بها التي هم في حاجة إليها والتي تجعلهم على معرفة دائمة بجميع النشاطات والنمو والثقافة والأحداث في وطنهم

7- ربط الوطن العربي بالإعلام والثقافة المصرية التي تنبع من واقعهم وتعبر عن وجدانهم وترعى قيمهم وأخلاقهم ،والإسهام بربطهم في فكر عربي يساعد في فكرهم والالتفاف حول القضايا المصرية المشتركة والانتماء لعروبتهم والدفاع عن قضاياها .

8- ربط السفارات والمراكز الثقافية والإعلامية المصرية في المنطقة العربية والإفريقية والأوروبية بالإعلام المصري ، للتعرف على ما يتم تحقيقه من انجازات ونهضة وتوجهات سياسية والمعايشة اليومية الكاملة للواقع المصري من خلال البرنامج التليفزيوني المذاعة .

9- التعريف بالنشاط السياحي والتجاري والاقتصادي المصري من خلال البرامج التليفزيونية والإعلانية إلي تبثها القناة الفضائية .

10- المبادرة باستغلال الفضاء في نشر الرسالة الإعلامية المصرية على أوسع نطاق لإثبات الوجود المصري في ظل التنافس الإعلامي الذي أتاحه استغلال الأقمار الصناعية في

البث المباشر والدخول الى عصر الفضاء الذي تتسابق فيه جميع الدول الكبرى للسيادة وفرض سيطرتها الإعلامية وخاصة على منطقتنا العربية .

المساحة التي تغطيها

- **وبدا البث المنتظم للقناة الفضائية المصرية يوم 12 ديسمبر 1990 ليغطي المناطق الآتية :**

1- **الدول العربية :**

ليبيا ، وتونس ، الجزائر ، المغرب ،موريتانيا ، السودان ، الصومال ، جيبوتي ، اليم ، سلطنة عمان ،دولة الإمارات العربية المتحدة ، قطر ، اليمن ، الكويت ، البحرين ، الأردن ،لبنان ، سوريا ، فلسطين .

2- **الدول الإفريقية :**

مالي ، النيجر ، تشاد ، إثيوبيا، أفريقيا الوسطى ، الكاميرون ، النيجر ، ساحل العاج ، غينيا ، سيراليون ، الجابون ، الكونغو ، برازفيل ، أوغندا ،رواندا ن بوروندي ، أنجولا ،، اريتريا.

3- **الدول الأسيوية :**

ايران ، باكستان ، افغانستان ، تركيا ، غرب الهند ، والجزر الجنوبي من الجمهوريات الروسية المستقلة .

4- الدول الأوروبية :

انجلترا ، فرنسا ، ألمانيا ، سويسرا ،ايطاليا تشيكوسلوفاكيا ، النمسا ، المجر ، يوغسلافيا اليونان ، بلغاريا ، رومانيا ، البرتغال ، بلجيكا ، قبرص جزر مالطة ، كريت ، سردينا ، هولندا، ألبانيا لكسمبرج ، وأسبانيا .

وفي النصف الثاني من عام 1992 م نظرا لاقتراب القمر I.B من نهاية عمره تم البث عن طريق القمرين : العربي عربسات حيز C BAND ليغطي الدول العربية والإفريقية والقمر الأوروبي يوتلسات حيز KU BAND ليغطي دول أوروبا ، وبدأ البث في النصف الثاني من عام 1914 عن طريق القمر العربي انتلسات ليغطي عدة مناطق جديدة حيث تغطي القناة الفضائية المصرية في عام 1994 20 دولة عربية من 27 دولة أفريقية و211ولة أسوية و 23 دولة أوروبية .

البلاد التي تستقبل القناة وتعيد بثها عن طريق محطات الإرسال :

1- **البحرين** : تستقبل القناة وتعيد بثها على جهاز إرسال قوة 50 كيلو وات على القناة 44 ، ويغطي إرسال هذه المحطة لبحرين – قطر – جرءا كبيرا من دولة الإمارات العربية – جزءا كبيرا من شرق المملكة العربية السعودية – غرب إيران المطل على الخليج معظم الوقت .

2- **الكويت** : تستقبل القناة الفضائية المصرية وتعيد بثها طول الوقت على جهاز إرسال قوة 500 وات وسوف تتضاعف قوة الإرسال قريبا ويغطي إرسال هذه المحطات الكويت وجنوب العراق وجزءا من المملكة العربية السعودية .

3- **اليمن** : تستقبل القناة في كل من صنعاء وعدن وتعيد إرسال جزء كبير من برامجها .

بلاد تستقبل القناة وتعيد إرسال بعض برامجها :

تشاد – كينيا _ غينيا _ جيبوتي _ المغرب _ الكونغو . برازفيل . زامبيا .

بلاد تم الاتفاق معها واستقبلت القناة خلال شهر فبراير سنة 1992 م.

السودان – بوكينا فاسو – بوروني – زائير .بنين . السنغال . نيجيريا . زيمبابوي

كما تستقبل انجلترا برامج القناة وتعيد بثها عن طريق الكابلات وفرنسا وألمانيا في طريق الاتفاق معها لاستقبال وبث القناة الفضائية عن طريق الكابل .

ويستقبل القناة العديد من الأفراد في المناطق التي يغطيها إشعاع برامجها وذلك عن طريق محطات استقبال أرضية تستخدم الأطباق وتستخدم الهوائي المصنع من مادة ياجي في استقبال القناة وذلك مستخدم على أوسع نطاق في المملكة العربية السعودية وتمت تجربته بنجاح في مصر.

البرامج المذاعة من القناة

ترسل القناة المصرية أكثر من 15 ساعة يوميا من البرامج ويبدأ الإرسال في العاشرة صباحا ويستمر حتى ما بعد الواحدة بعد منتصف الليل يوميا .

تبث القناة الفضائية المصرية البرامج المتميزة والأخبار من القناة الأولى وكذلك بعض البرامج المميزة من قنوات التليفزيون الثانية والثالثة المحلية بالقاهرة الكبرى والرابعة بمنطقة القناة والخامسة بالإسكندرية .

وكذلك البرامج الرياضية ومعظمها يكون حيا على الهواء مباشرة من داخل جمهورية مصر أو من خارجها من الملاعب التي تقام عليها مثل الدورة الإفريقية ، التي أقيمت في مصر ، فقد كان متوسط عدد ساعات الإرسال للألعاب الرياضية حوالي 14 ساعة يوميا في أثناء الدورة ، ومثل دورة كأس إفريقيا التي أقيمت في السنغال ، فقد قامت القناة بالإرسال المباشر لكل أحداث ومباريات هذه الدورة ، وكذلك قامت بالإذاعة المباشرة لدورتي ويمبلدون ولوران جاروس لكرة التنس ودورات أخرى عديدة تنقلها للمشاهدة مباشرة على الهواء أو مسجلة .

تقوم القناة ببث الأخبار والبرامج الإخبارية والمؤتمرات والأحداث السياسية مباشرة أو مسجلة على الهواء ، فقد قامت بتغطية أحداث حرب الخليج كاملة ، وكذلك مؤتمر السلام في دريد وجميع الأحداث الدولية الهامة .

تبث القناة البرامج الثقافية و البرامج الترفيهية وبرامج الأطفال والموضوعات والسهرات والمسرحيات والأفلام التسجيلية والسياحية والبرامج المتنوعة التي تهم المشاهدين في الدول التي يغطيها بث القناة الفضائية ، كما تقوم القناة ببث بعض البرامج من إنتاجها .

أهمية عرض المواد التي تتصل بالعمل العربي القومي المشترك التي من شأنها تدعيم علاقات الشعوب العربية مع بعضها البعض .

المعلومات الهندسية للقناة

تعمل القناة من خلال القناة غزيرة الإشعاع في القمر الصناعي العربي عربسات (IA) على الحيز الذبابي اس (SBAND) بذبذبة مقدارها 2560.5 ميجا سيكل تجاه الأطباق التي تستقبل القناة 19 شرقا .

وقد انتقلت مؤخرا الخدمة إلى القمر العربي الثالث بعد إطلاقه في 25 فبراير 1991 ، وبعد التحكم فيه ووضعه في المدار الخاص له سوف يعمل أيضا في الحيز الغربي أس وهي القناة غزيرة الإشعاع .

بدأت فترة التخصص للقناة من أول نوفمبر 1990 لمدة 24 ساعة يوميا سبعة أيام في الأسبوع ولمدة ثلاث سنوات وتدفع مصر مقابل استئجارها لهذه القناة مليوني دولار سنويا .

عدد إرسال القناة الفضائية ومضمونها :

بلغ متوسط إرسال القناة الفضائية المصرية عند بداية البث المنتظم 13 ساعة يوميا ثم زيدت ساعات إرسالها (استجابة لتوصيات اللجنة الدائمة للإعلام العربي في دورة انعقادها التاسعة والأربعين بالقاهرة لتشبع احتياجات كل من المصريين والعرب وتتيح لهم قناة عربية إضافية توفر لهم التنوع التليفزيوني المنشود الذي يغنيهم عن مشاهدة القنوات الأجنبية حتى وصلت ساعات إرسالها ما يقرب من 19 ساعة يوميا عقب

اجتماع وزراء الإعلام العرب في القاهرة في يوليو 1993 ، وكانت تبث برامج القناة الأولى وبعض البرامج المميزة بالقناة الثانية والقنوات المحلية (الثالثة بالقاهرة الكبرى والرابعة بمنطقة القناة والخامسة بالإسكندرية) على أن يختار من هذه القنوات المواد وثيقة الصلة بالعمل العربي المشترك التي من شأنها تدعيم علاقات الشعوب العربية مع بعضها البعض وتدعيم العلاقات الدولية مع جميع الدول عاكسة للتقدم الحضاري والاجتماعي والاقتصادي مبتعدة عن أي مظهر من مظاهر الدعاية السياسية أو التدخل في شئون الغير ، وفي أول يوليو 1994 أصبح إرسال القناة الفضائية المصرية 24 ساعة يوميا وأصبح إنتاجها الخاص الذي تصل نسبته إلي 25 % من إجمالي إرسالها ومن هذه البرامج :

- 14 برنامجا أسبوعيا منها : سهرة عربية ، كتاب الزمن ، السهرة تحلى ، حكايات وذكريات، نغم ، رياضة في رياضة ، سفير فوق العادة ، لقاء الشقاء .
- برنامجان يوميان هما : أكلات بجميع اللغات ، ولقاء كل يوم .

برنامجان يذاعان متهما : سباق الأغنيات ومن أغاني الأفلام .

برنامج ضيوف مصر (على فترات) .

تغطية الفقرات بأفلام تسجيلية وأثرية عن مصر .

وتشير إحصائيات عام 92/ 1993

وفيما يلي نماذج من البرامج التي تقدمها القناة الفضائية المصرية :

البرامج الثقافية :

تهدف البرامج الثقافية التي تقدمها القناة الفضائية المصرية إلى :

- زيادة وعي المشاهد المصري بالثقافة المصرية مع التأكيد على الشخصية المصرية من خلال برامج أهمها : كتاب الزمن ، حكاوي القهاوي ، حكايات وذكريات ، وكجلة المسرح .

البرامج السياحية:

تهدف الخطة الإعلامية في هذا المجال إلى تشجيع السياحة والاستثمار وذلك من خلال التأكيد على الشخصية الحضارية علاوة على ما تتمتع به مصر من مناخ معتدل وآمن واستقرار وذلك من خلال برامج : ضيوف مصر ، كتاب الزمن ، لقاء كل يوم ، وخمسة سياحة .

برامج المنوعات :

تهدف الخطة الإعلامية في هذا المجال إلى مراعاة الأذواق المختلفة ونوعية ومكان المشاهد والتوقيت لكل مكان حتى يتم إدخال المرح من خلال مستوى راق من الترفيه وذلك من خلال برامج مثل : أماني وأغاني ، سباق الأغنيات ، من أغاني الأفلام ،السهرة تحلي، نغم ، وبرنامج سهرة عربية ، بالإضافة إلى تلبية رغبات المشاهدين والتي ترد عبر الاتصالات الهاتفية والفاكسات .

البرامج الرياضية :

تقدم القناة الفضائية المصرية جرعة رياضية من خلال البرامج المختلفة ونقل المباريات المحلية والدولية التي تشترك فيهما مصر حيث تبث القناة الفضائية المصرية كل أنواع المباريات الرياضية ومنها :كرة القدم ، السلة ، الطائرة ، السباحة ، التنس ، رفع الأثقال ، حوار الأسبوع . . ...الخ .

برامج الخدمات :

تهتم خطة القناة الفضائية بالشرائح الاجتماعية ومنها الشباب والمرأة من خلال برامج الحوار ، 200 سفير فوق العادة ، أكلات بجميع اللغات ، ومنوعات ، كارتون . منوعات أطفال .

الدراما :

تهدف خطة القناة الفضائية في مجال الدراما إلى تقديم ما يعكس مدى الحرية والديمقراطية التي يتمتع بها المجتمع وكذلك احترام الرأي والرأي الآخر وتأكيد شخصي مصر الحضارية بالإضافة إلى المواد الدرامية التي تقدم من أجل التوعية

والتثقيف وذلك من خلال المسلسلات العربية ، وحلقة يومية من الفوازير ومسرحيات متميزة وأفلام عربية محببة للمشاهد .

البرامج الدينية :

تهدف خطة القناة الفضائية إلى تقديم جرعات دينية من أجل التوعية والتنوير الديني الذي ينبع من أرض مصر لإدراك المفاهيم الدينية الصحيحة وتدعيم القيم الروحية والخلقية وتهتم بعرض الحضارة الإسلامية والعقائد والسيرة النبوية العطرة وسائر الأمور الإسلامية من خلال البرامج الدينية والمسلسلات الدينية .

الإعلانات :

تهدف خطة القناة الفضائية المصرية إلى التطوير المستمر لشكل الإعلان على الشاشة واستحداث شكل جديد للإعلانات التي تذاع أثناء إذاعة المباريات الرياضية: العالمية والمحلية ، وتشجيع المعلنين على إذاعة إعلاناتهم بالقناة الفضائية المصرية .

القناة الفضائية المصرية الثانية (1996):

بدأت القناة الفضائية المصرية الثانية كقناة عامة مشفرة ، تذاع ضمن باقة الأوائل في 1-6-1996 ودخلت مصر من خلاله مجال الإعلام الفضائي المدفوع لأول مرة. وتعمل في ظل منافسة قوية من جانب الفضائيات العربية الأخرى .وثبت إرسالها على مدى 24 ساعة يوميا، ونظرا لطبيعتها العامة تقدم باقة متنوعة من البرامج تحقيقا لأهدافها.

أهداف القناة الفضائية المصرية الثانية:

- التعريف بالمناطق السياحية في مصر واهم الأحداث السياحية بها .
- إلقاء الضوء عل الأنشطة الثقافية والفنية والعلمية بمصر.
- التعرف على مشاكل السلوك الإنساني وتوضيح كيفية المعالجة القرآنية لهذه المشاكل ، ورأى علماء النفس والاجتماع.

- إذاعة المسلسلات الحديثة والموسيقية والغنائية المنتقاة لتحقيق عامل الجذب نحو القناة وإبراز الواقع المصري الأصيل.
- تقديم برامج خدمية لكل من قطاعات الطفل والمرأة والشباب لدعم التقارب العربي.

القنوات الفضائية المتخصصة :

عندما انطلق القمر الصناعي المصري النايل سات 101 يوم 29 أبريل 1998 ،كان ذلك إيذاءاً بدخول مصر مرحلة جديدة تواكب العصر وثورة المعلومات والاتصالات وأصبحت مصر العضو رقم 60فى الفضاء الدولي .

وقرر معالي محمد صفوت الشريف وزير الإعلام – بنظرة مستقبلية ورؤية إستراتيجية ،وضعت الإعلام المصري في المكان والمكانة التي تتلاءم مع مصر – تأسيس قطاع النيل للقنوات المتخصصة في يونيو 1997 ، ليواكب الإعلام المصري مرحلة التخصص ويظهر الإعلام المصري المتخصص ، ويجيب السيد حسن حامد الرئيس المؤسس لقطاع النيل للقنوات المتخصصة على السؤال : ولماذا القنوات المتخصصة ؟ على النحو التالي :

- لان الاتجاه العالمي في الإعلام ينحو إلى توجيه رسائل خاصة إلى جماهير بعينها طوال الوقت .
- لان التخصص يسمح لهذه القنوات بتحقيق مستوى من الجودة يحقق مطلبا أساسيا من متطلبات المنافسة .
- لان الجمهور الملتقى أصبح مرهفا ، وهو يريد الحصول على الخدمة المحددة في الوقت الذي يريد ،لا أن ينتظرها لحين توفرها على الخدمة التلفزيونية العامة .
- لان الموارد المتاحة من الإعلانات في مصر والعالم العربي محدودة للغاية ، ويتقاسمها الآن أطراف عديدة ، ولا يتوقع نموها بالقدر الكافي في المستقبل

القريب ، وإدخال نظام القنوات مقابل الاشتراكات يمثل المخرج الوحيد لهذه الإشكالية .

- ولان التخصص يسمح لهذه القنوات المتخصصة كم من الإنتاج الإعلامي المصري المتميز.

أهداف قنوات النيل المتخصصة :

- توفير خدمات تلفزيونية متخصصة، تتناول العديد من الأنشطة الإنسانية التي يهم كل منها جماهير بعينها في مصر والعالم بأثره .
- تقديم برامج تلبى متطلبات الجماهير من : الإعلام والتثقيف والترفيه.
- الحفاظ على النظام القيمى للمجتمع ودعم تماسكه ، والمحافظة على العادات والتقاليد النابعة من ديننا الحنيف وتراثنا وثقافتنا ، واحترام جميع الشرائع.
- التأكيد على الانتماء الوطني وإعلاء الإحساس بالهوية القومية .
- التعبير بدقة وموضوعية عن توجهات السياسة المصرية الداخلية والخارجية ، وإظهار مواقف الرأي العام المصري من القضايا المختلفة .
- المتابعة الحية للنشاط الاقتصادي المكثف الذي تشهده مصر حاليا ، مع التركيز على المشروعات الاستثمارية الكبرى وخاصة المشروعات التي يمكن أن تجتذب رؤوس الأموال الخارجية.
- رفع مستوى التذوق للجماهير وإرساء القيم العليا للحق والخير والجمال .
- إقامة جسور من التفاعل الخلاق بين جماهير المشاهدين ، وما يجرى خارج الحدود من تجارب إنسانية وثقافية وتنموية .
- تعزيز الجهود الرسمية في مجال نشر التعليم والقضاء على الأمية .
- نشر الوعي الرياضي والصحي وتوعية الشباب ، وتقديم النماذج القدوة للأجيال القادمة .

قنوات النيل المتخصصة :

بلغ إجمالي إرسال قنوات النيل المتخصصة خلال عام2000\99 ، بعدد ساعات 87314 ساعة بمتوسط يومي 239 ساعة وفيما يلي استعراض لهذه القنوات :

1- قناة المعلومات المرئية 1992 :

تقدم قناة المعلومات خدمة المعلومات الالكترونية المتطورة بطريقة الاستدعاء الالى ، التي تمكن المشاهد الذي يملك جهاز فك الشفرة من المتابعة الفورية ، كما تذاع بعض فقراتها على لقنوات الأرضية والفضائية .

افتتح معالي صفوت الشريف وزير الإعلام البث التجريبي لقناة المعلومات المرئية في الدقائق الأولى من صباح يناير عام 1992 ، حيث بدا هذا البث التجريبي بخمس دقائق أثناء إرسال القناة الأولى ، زاد في 6مارس 1992 إلى ساعة كاملة كل يوم من العاشرة الى الحادية عشرة صباحا على القناتين الأولى والفضائية ، إلى جانب 45 دقيقة على القناة الثالثة في العاشرة مساء و45دقيقة على القناة الخامسة فى الثالثة ظهرا ، بالإضافة إلى قناة النيل الدولية .

وافتتح الرئيس محمد حسنى مبارك قناة المعلومات المرئية رسميا يوم31 مايو 1992 بمناسبة عيد الإعلاميين التاسع إيذانا بدخول مصر ورياديتها في عصر أصبحت سرعة تداول المعلومات وتدفقها بحرية من السمات المميزة للمجتمعات الحديثة .

بلغ إرسال قناة النيل للمعلومات خلال عام 99\ 2000 17849 ساعة و20دقيقة موزعة على الإرسال المشفر 15330 ساعة والإرسال غير المشفر 2519 ساعة و20دقيقة حيث تضم القناة 101 باب مستمر تنقسم إلى أبواب عربية وأبواب باللغة الانجليزية .وتذاع عليها جلسات تداول البورصة المصرية .

2- قناة النيل للأخبار :

بدا البث التجريبي لقناة النيل للأخبار تزامنا مع إطلاق القمر الصناعي المصري نايل سات 101 ، وتحميله بالقنوات المختلفة في 31 مايو 1998 لمدة ساعتين .

أهداف قناة النيل للأخبار :

يرى السيد حسن حامد أن قناة النيل للأخبار تعتبر من أهم القنوات المتخصصة ، حيث إنها القناة التي تعكس توجهات السياسة المصرية والأوضاع الاقتصادية في مصر والعالم العربي وذلك من خلال توفير :

- خدمة إخبارية على اعلي مستوى من الحرفية والكفاءة .
- شبكة مندوبين تغطى الساحة المصرية .
- شبكة مراسلين في عدد من العواصم العربية والعالمية للتغطية الفورية .
- تقديم التغطييات السياسية الهامة حية على الهواء .
- تقديم التحليلات الإخبارية والتعليقات التي تشرح ما وراء الأحداث .
- إجراء حوارات على الهواء مع أطراف متعددة على مستوى الداخل والخارج.
- تقديم برامج إخبارية وتحقيقات وريبورتاجات توفر المتابعة الحية والحيوية للأحداث الداخلية والخارجية .
- شرح وجهات النظر المصرية في كل المسائل العربية والدولية الهامة .
- تقديم خدمة اقتصادية متكاملة لخدمة رجال الأعمال المصريين والعرب والأجانب.
- التعريف بفرص الاستثمار في مصر في كافة المجالات .
- التبادل الاخبارى مع العديد من مصادر الاخبارومحطات التليفزيون العالمية .
- تقديم خدمة تنبؤات عصرية.

ساعات إرسال قناة النيل للأخبار :

تذاع قناة النيل للأخبار على القمر الصناعي المصري " النايل سات " وتذاع على تردد قناة النيل الدولية – على عربسات ونايل سات وغيرهما – أيضا في ساعات

الإرسال التي تبثها ، ويبلغ اجمالى إرسالها عام 99\2000م 5290 ساعة بمتوسط يومي 16 ساعة .

3- قناة النيل للدراما (1995) :

تعتبر قناة النيل للدراما أول قناة عربية متخصصة فى فنون الدراما بكافة إشكالها وصورها ، وتذاع حاليا على مدار الساعة , وبدأت البث التجريبي مع الاحتفالات بعيد الإعلاميين الثالث عشر بمتوسط ساعات إرسال يصل إلى 12 ساعة موزعة على فترتي إرسال عام 1995، وبدأت البث الرسمي في 15 يوليو 1996 ، وبلغت ساعات الإرسال 14 ساعة متصلة ، إذ بدأت إرسالها قبل إطلاق النايل سات 101 لتكون باكورة القنوات المتخصصة ، وأصبحت مشفرة لغير المصريين منذ عام 2001م وتتميز بما يلي:

- تعتمد فيما تقدمه على الرصيد الهائل لاتحاد الإذاعة والتليفزيون من الأعمال الدرامية المتميزة التي تجتذب جمهور المشاهدين على المستوى الوطن العربي .
- تقديم الأعمال المتميزة التي أنتجها الاتحاد في السنوات الماضية ، وتحصل هذه القنوات على حق العرض الأول للمسلسلات من قطاع الإنتاج وشركة صوت القاهرة للصوتيات والمرئيات مما يوفر لها القدرة على المنافسة .
- تقوم هذه القناة أيضا بعمل إنتاج خاص بها يكون مكملا لجهات الإنتاج الأخرى داخل اتحاد الإذاعة والتليفزيون وبذلك تتعزز قدرات الاتحاد الإنتاجية .
- تقدم هذه القناة أشكالا جديدة من الأعمال الدرامية ، وتفتح طاقة جديدة للإبداع إمام الأعمال التجريبية الدرامية ، مما يجعل مصر قادرة على الاحتفاظ بمكان الصدارة في هذا الميدان .
- تقدم أيضا الأعمال المنتقاة من الإنتاج العالمي من الفنون الدرامية الرفيعة.

4- قناة النيل للأسرة والطفل (1998) :

تعتبر قناة النيل للأسرة والطفل من أهم القنوات لأنها تستهدف خدمة الأسرة والطفل ، وتؤدى رسالتها من خلال :

- تقديم برامج هادفة تخدم ربة البيت ، وتعرفها بكل الأمور التي تتعلق ببناء بيت سعيد يوفر الراحة والأمان لكل أفراد الأسرة .
- تقدم برامج مفيدة عن تربية الأطفال .
- الاهتمام ببرامج التوعية الصحية والنفسية والسلوكيات .
- تقدم البرامج التي تعمل على الارتقاء بالذوق العام .
- الاهتمام بكل المراحل العمرية في الطفولة .
- الاهتمام بجميع فئات الأطفال ومجموعاتهم العمرية وغرس روح الانتماء داخلهم .
- الاهتمام بالأطفال الموهوبين وأصحاب المهارات الخاصة .
- غرس الاهتمام بالبيئة والقضايا البيئية لدى الطفل .
- الاهتمام بالأطفال المعاقين وتوفير خدمات إعلامية مناسبة لهم .
- توطيد أواصر العلاقة بين أطفال الأمة العربية بتعريفهم بالثقافات المختلفة لكل مجتمع عربي .

5- قناة النيل الرياضية (1998) :

تهدف هذة القناة الى فتح نافذة أساسية أمام الرياضة المصرية والعالمية ، لكي تصل إلى كل بيت مصري بحيث تحبب الشباب والكبار في كل الرياضات المفيدة وتغرس في نفوسهم القيم الرياضية الرفيعة والنبيلة ، وتحقق هذه القناة رسالتها من خلال :

- التغطيات الحية على الهواء لأهم المباريات الرياضية التي تجرى في مصر والعالم العربي وإفريقيا والعالم .

- تقديم نشرات الأخبار الرياضية عن أهم المباريات التي تجرى خلال اليوم .
- تقديم برامج مشوقة وجذابة عن الألعاب المختلفة .
- الاهتمام بالشباب ومشاكله ، وتوفير الخدمات الأساسية التي يحتاج إليها .
- التعريف بالرياضات العالمية غير المعروفة لدى الجمهور المصري .
- تقديم سير الرياضيين الذين حققوا بطولات عالمية ، ويمكن أن يجد فيهم الشباب المثل الذي يحتذي به .

أصبحت مشفرة لغير المصريين منذ عام 2001 ضمن باقة الأوائل ، وبلغ اجمالى ساعات الإرسال لقناة النيل للرياضة خلال عام 2000 \2001 م 5968 ساعة ، وخلال عام 99 \2000 م 5856 ساعة ، وبلغ عدد ساعات إنتاجها 4038 ساعة و34 دقيقة موزعة كما يلي :

- المباريات المذاعة على الهواء : 3167 ساعة .
- البرامج الدورية : 623 ساعة و 5 دقائق .
- برامج إستاد النيل : 168 ساعة و 53 دقيقة .
- برامج خاصة : 79 ساعة و36 دقيقة .

6- قناة النيل الثقافية (1998) :

تهدف هذه القناة إلى توفير خدمة ثقافية عالية المستوى وشديدة التنوع بهدف الارتقاء بأذواق المشاهدين وذلك من خلال :

– تقديم برامج تغطى كافة الأنشطة المصرية .

– التعريف بالتراث الثقافي العربي من خلال الأشكال التليفزيونية المتنوعة .

– تقديم أعلام الفكر القدامى والمحدثين الذين أسهموا في إثراء الحياة الثقافية العربية .

– تقديم ألوان الفنون العربية والأجنبية المختلفة .

– الانفتاح على الثقافات الأجنبية الرفيعة بما يخدم تثقيف جمهور المشاهدين ويضيف إلى حصيلتهم الثقافية .

– تقديم علوم العصر بشكل مبسط ومن خلال برامج جذابة ومشوقة .
– التعريف بالمتاحف المصرية والعلمية ومعارض الفنون والآداب .
– إلقاء الأضواء على الإنتاج الادبى والفكري في الداخل والخارج.
– التعريف بالتيارات الفكرية والثقافية المعاصرة .
- تقديم ثقافة بصرية مبهرة ومتنوعة بهدف إعلاء التذوق الفني لدى المشاهدين .

وبلغ اجمالى ساعات الإرسال لقناة النيل الثقافية خلال عام 99 \2000 م 5861 ساعة منها 681 ساعة و45 دقيقة من إنتاجها موزعة كما يلي :

- البرامج الدورية المستمرة :477 ساعة و59 دقيقة .
- البرامج الدورية المستحدثة : 203 ساعة و46 دقيقة .

7- قناة النيل للمنوعات (1998) :

تهدف هذه القناة إلى توفير الترفية والمتعة داخل كل بيت من خلال ما يلي :

- تقديم برامج متنوعة تتميز بارتفاع مستواها الفني وتقديم المتعة البصرية التي تعمل على رفع التذوق الفني لدى المشاهدين .
- تعمل هذه القناة على إحياء الفنون الاستعراضية وتقديمها بأسلوب عصري مناسب .
- إحياء الاوبريتات الغنائية كفن محبب لدى الجمهور المصري والعربي .
- تقديم الصور الغنائية ذات المضمون الهادف .
- العمل على اكتشاف وجوه مصرية جديدة في عالم الغناء والموسيقى .
- تقديم الألوان المختلفة من الفنون المصرية والعربية والعالمية بصورة جذابة.
- إحياء المسرحيات التليفزيونية بشكل عصري مناسب ، وتقديم الأعمال السينمائية المصرية والعربية والعالمية ذات المستوى الراقي .
- إلقاء الأضواء على مشاهير الفنانين المصريين والعرب .

تعتبر من القنوات المصرية التي تم تشفيرها لغير المصريين منذ عام 2001 م ، وبلغ اجمالى إرسالها خلال عام 99 \ 2000 م 5306 ساعة بمتوسط

يومي 14 ساعة و31 دقيقة ، كما باغ عدد ساعات إنتاجها 815 ساعة و28 دقيقة موزعة كما يلي :

- البرامج الدورية :765 ساعة و 4 دقائق .
- البرامج الخاصة : 21 ساعة و7 دقائق .
- مهرجات :20 ساعة و26 دقيقة .
- حفلات : 8 ساعات و 51 دقيقة .

8- قناة النيل للتنوير(2001):

بدأت قناة النيل للتنوير إرسالها التجريبي في 31 مايو 2001 على مدى 4 ساعات يوميا وتهدف الى :

- تقديم الثقافة الجادة ، والاهتمام بقضايا العلم المعاصرة .
- تسليط الأضواء على قضايا الفكر النقدي وحرية الراى والعبير .
- الاهتمام بتأصيل التراث العربي الفكري والادبى والفني .
- إبراز الخصوصية المصرية والهوية العربية في عصر العولمة .

9- قناة النيل للشباب :

يخط الإعلام المصري لبدء قناة للشباب ، تلبى الرغبات والاحتياجات لشريحة الشباب ، واستمرارا لنهجه المتمثل في تلبية الاحتياجات النوعية للجماهير المستهدفة ، وتقديم الإعلام المتخصص ، ويملك الإعلام المصري الخبرة المتراكمة التي اكتسبها من خلال تقديم إذاعة –فشبكة – الشباب والرياضة وتهدف إلى ما يلى :

- مخاطبة الشباب 15 – 35 سنة لترسيخ القيم والسلوكيات الايجابية .
- الترويج للمشروعات الصغيرة ، وإلقاء الضوء على التجارب الناجحة فى مجالها .
- التوعية بالإخطار التي يمكن أن تهدد الوطن ومنجزاته .

- تغطية الأنشطة الشبابية في مصر، ومتابعة وتبنى المواهب الشابة في كافة المجالات .
- التعريف بتاريخ الأمة وحاضرها .
- إلقاء الضوء على الإنتاج الثقافي والفني والادبى للشباب .

10- قنوات النيل التعليمية (1998) :

تستهدف قنوات النيل التعليمية تعزيز الجهود التى تبذلها وزارة التربية والتعليم من اجل نشر التعليم ، وتعزيز الجهود الرسمية التى تبذل من اجل القضاء على الأمية وذلك من خلال :

- تقديم خدمة تعليمية متميزة لكافة المراحل التعليمية .
- تقديم ثقافة علمية أساسية مبسطة في مختلف مجالات العلم والثقافة .
- الإسهام فى تطوير المهارات الفردية في البحث العلمي والحصول على العلم من مصادره المختلفة بالطرق الذاتية .
- العمل على محو الأمية الثقافية من خلال تقديم برامج تعنى بتثقيف الأفراد ومحو أميتهم الفكرية .
- تقديم خدمات متطورة في مجال محو الأمية الأبجدية وتعليم الكبار .
- الاهتمام بتعليم اللغة العربية وإحياء التراث العربي .
- الاهتمام بتعليم اللغات الأجنبية الحية .
- فتح الباب إمام التعليم العالي المفتوح والتعليم عن بعد .
- تقديم خدمات تدريبية للمعلمين والموجهين والمديرين .
- تعليم الهوايات المفيدة والنافعة وتعليم الإفراد على كيفية القيام بمشروعات إنتاجية مفيدة .

تنقسم قنوات النيل التعليمية إلى 7 قنوات تعليمية هي قنوات التعليم :

- الابتدائي والاعدادى والثانوي .

- والفني وتعليم اللغات ومحو الأمية والمعارف .

وبلغ اجمالى إرسالها خلال عام 99 \ 2000 م 27360 ساعة بالإضافة إلى 114 ساعة بث تجريبي لقناة محو الأمية وتشير الإحصائيات الأولية إلى ارتفاع ساعات قنوات النيل التعليمية عام 2000 \ 2001 م إلى 34200 ساعة وتقدم هذه القنوات البرامج التعليمية والاثرائية .

11- قناة المنارة (البحث العلمي) (1998) :

تتضمن الخطة المستقبلية للبحث العلمي آفاقا جديدة لم تستطع المرحلة الأولى لقصر مدة الإرسال التركيز عليها ويتمثل هدف القناة في التأكيد على الفكرة الأساسية بشكل مباشر وهى مسيرة البحث العلمي في مصر من خلال مؤسسات الدولة المختلفة

- الخطة المستقبلية لقناة المنارة :

ويجرى الدور في المرحلة المستقبلية بمخاطبة باقي طوائف المجتمع على النحو الاتى :

الأطفال :

- تقديم برامج متميزة معهم وبهم ، من خلال الاستفادة من المواقع العلمية الحديثة الموجودة في مصر والمتحف الكشفي العلمي ، وانتقاء برامج أجنبية خاصة لهم لتعريفهم بتطبيقات البحث العلمي في المجالات التي تهمهم والتي يمكنهم استيعابها

.الشباب:

- تقديم برامج مسابقات في العلوم المستقبلية للشباب لتشجيعهم على الاهتمام بهذه العلوم ومواصلة عرض تجاربهم واختراعاتهم العلمية .

المرأة :

– تناول تطبيقات العلم الحديث التي تخدم المرأة في حياتها اليومية ، سواء داخل مصر وخارجها .

برامج البيئة :

- الاهتمام بها والتعرف بها أيضا حتى يرتفع الوعي بالبيئة والحفاظ عليها .
- تقديم ندوات تعدها القناة مع العلماء ، حول مشاكل المجتمع .
- تقديم مناظرات بين علماء مصر وعلماء في الخارج حول مشاكل علمية ذات تأثير علمي مثل : الاستنساخ.
- مواصلة البرامج التي تهتم بالفجوة الموجودة بين البحث والتطبيق فى مجالات الزراعة والصناعة والبترول وغيرها .

قناة النيل الدولية NILE T.V وأهدافها

افتح الرئيس السابق محمد حسني مبارك في العاشر من أكتوبر عام 1993 م البث التجريبي لقناة النيل الدولية،وبدأ إرسالها المنتظم في 31 مايو 1994 على مدى أربع ساعات يوميا منها بث ساعات بالغة الإنجليزية وساعة بالغة الفرنسية .

ويأتي دور القناة الفضائية الدولية الجديدة استكمالا لدور القناة الفضائية المصرية الناطقة بالعربية وامتدادا لها مؤكدا على الأهداف التالية :

- طرح القضايا العربية والقضايا التي تشرح وجهة النظر المصرية والعربية والإقليمية حيال القضايا الدولية المطروحة على الساحة العالمية .
- الترويج للقضايا المصرية الهامة مثل الترويج للاقتصاد المصري والحضارة المصرية وما بها من فنون وآداب وتاريخ وأثر يعشقها الغرب .
- تصحي صورة الإسلام أمام العالم لإظهار سماحته وقيمه العظيمة التي يحاول أن يشوبها الغرب وبالتالي يشوه صورة الدول التي تعتنق الإسلام أمام المجتمع الدولي .

- التعامل مع القضايا الدولية بمستوى رفيع من الأداء وتناولها ليس فقط باللقاءات والمقابلات ولكن بأسلوب جديد من خلال الحوارات المتخصصة في طرح القضايا المختلفة .

2- **قناة المعلومات :**

تخصص القناة الفضائية المصرية بعض أوقاتها لبث قناة المعلومات ولما توقف هذا البث بعد أن أصبح إرسال القناة الفضائية المصرية 24 ساعة طالبت عينة هذا البحث كما سيتضح من نتائجه بضرورة بث فقراتها بين البرامج مرة أخرى .

وتقدم قناة المعلومات حاليا خدماتها للمشاهدين بالأسلوبين اللذين تستطيع توفيرهما:

1- البث التلقائي ، والخدمة المشفرة ، حيث يبلغ عدد ساعات البث الفضائي حاليا على قنوات التليفزيون المختلفة أربع ساعات ونصف ساعة باللغة العربية إلى جانب نصف ساعة وخمس دقائق باللغة الإنجليزية ، كما تقدم مجلتين باللغة الإنجليزية تحتويان على 200 صفحة هما : مجلة الأخبار ، ومجلة المجتمع التي تضم مقتطفات من الموضوعات الخدمية و الثقافية ،وبرامج الإذاعة والتليفزيون .

ويمكن تلخيص أهم ملامح خطة القناة في عام 93/ 94 على النحو التالي:

- تنوي القناة زيادة ساعات البث التلقائي إذا ما توفر لها مساحة زمنية أخرى على القنوات المختلفة .
- وتنوي القناة إذاعة صفحات عن المال والاقتصاد ، وحركة الطيران وحالة الجو ضمن فقرات القناة الفضائية كلما تطلب منها ذلك؛ التوسع في الصفحات الخدمية التي تهم القاعدة العريضة من الجماهير العريضة من الجماهير.

إدخال صفحات جديدة في الخدمات التعليمية تساهم في مساعدة طلبة الشهادات العامة على مراجعة دروسهم ، التوسع في الخدمات الإرشادية للمواطنين و الخاصة بتعريفهم بالمؤسسات والهيئات الخدمية وتعريفهم بكيفية الانتفاع من خدماتها ، تكثيف الخدمات

الرياضية التي تقدمها القناة والتوسع في إذاعة نتائج اللعبات التي لا تهتم بها وسائل الإعلام الأخرى ،أما بالنسبة للبث المشفر فإنه نظرا لأن هذا البث الرئيسي بالنسبة لقناة المعلومات ونتيجة لظهورها الدفعة الأولى من أجهزة التليفزيون المزود بأجهزة الكشف عن البث المشفر للقناة وطرحا بالفعل في الأسواق المصرية فإن خطة القناة لهذا البث تحتوي على زيادة عدد صفحات المجلات المذاعة م 800 صفحة باللغة العربية إلى 1000 صفحة ومن 200 صفحة باللغة الإنجليزية إلى 250 صفحة ، متابعة مشروع ربط كمبيوتر المطار بصورة آلية بكمبيوتر القناة حتى يتمكن المشاهدون من متابعة حركة المطار بصورة فورية ،زيادة القدرة على تحديث الصفحات الإخبارية بشكل أسرع عن طريق تدريب المحررين في دورات خارجية وداخلية على أحدث الأساليب المستخدمة في هذا المجال ، زيادة عدد المندوبين التابعين للقناة والمكلفين بتغطية الأحداث المختلفة ، فتح المجال أمام المشاهدين للإعراب عن آرائهم في مختلف الأمور من خلال قناة المعلومات ، التوسع في استخدام وسائل الإيضاح المتوفرة في نظام التليكست ،واستكمال مكتبة المعلومات الخاصة بالقناة

سلبيات وإيجابيات القنوات الفضائية

تعد وسائل الإعلام المختلفة المصدر الرئيسي لاكتساب الثقافة والمعرفة بالنسبة لمختلف الفئات والشرائح الاجتماعية بصرف النظر عن موقعها في البناء الاجتماعي ومستوياتها العلمية والأكاديمية. بعبارة أخرى يمكننا القول أن وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها ليس في هذا الوقت بالذات، وإنما منذ بدء الخليقة تؤثر في تشكيل الوعي لدى الفرد باعتباره أصغر وحدة في البناء الاجتماعي ولدى الجماعة أي كان عنوانها ومضمونها.

وبما أن الأسرة تشكل الوحدة الاجتماعية التي تتوقف عليها صياغة مجمل الكيان الاجتماعي لذا أخذ الاهتمام والقلق يتزايد حول ما إذا كانت ثورة ستأتي على القيم والأخلاق والعادات والتقاليد أم لا. وقبل الشروع في تحليل سلبيات وإيجابيات القنوات الفضائية لا بد لنا من التركيز على أهمية التلفاز وخصائصه الإعلامية التي تميزه عن غيره من وسائل الإعلام المتعددة فالتلفاز يعتمد على حاستي السمع والبصر بما يقدمه من صوت وصورة مما يؤثر على الناس ويجذب اهتمامهم وبخاصة أنهما الحاستين اللتين يعتمد عليها الإنسان أكثر من غيرهما من الحواس والتلفاز وسيلة إعلامية سهلة الوصول حيث تصل إلى المشاهد دون جهد وعناء علاوة على أن التلفاز يمتلك الإمكانيات الفنية التي تساعده على اختصار الزمن والقضايا الساخنة التي تدور حولنا وزاد من أهمية التلفاز في وقتنا الحاضر تنوع القنوات الفضائية وتنافسها في جذب المشاهد بشتى أنواع البرامج سواء الترفيهية والأخبارية أو الثقافية ومحاولة بعض القنوات الفضائية اللعب على وتر اهتمامات المشاهد الحسية بغض النظر عن تعارض الكثير مما يعرض فيها من نسقنا المعياري والأخلاقي.

فنجد أن هناك قنوات تقدم العنصر النسائي بطريقة غير مقبولة دينياً وأخلاقياً. وبعض القنوات الأخرى تتنافس في جذب المشاهد عن طريق برامج الربح السريع على طبق من فضة دون جهد أو عناء متناسين أن هذه البرامج غير مقبولة شرعاً فهي تدخل في باب الميسر والقمار علاوة على تعويد الجيل الجديد وترسيخ الانتباه إليها وتوعية الشبيبة لأهمية قيمة العمل الجاد للوصول إلى أهدافه وطموحاته. ومن خلال هذا الاستطلاع تبين لنا أن نسبة 79.5% من المستجيبين لديهم صحن لاقط فضائي، وهذه نسبة عالية توضح أن القنوات الفضائية أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية مما يستدعي تدخل الباحثين الاجتماعيين والنفسيين للاهتمام بمدى تأثيرها على فئات المجتمع المختلفة.

وعند السؤال عن إمكانية الاستغناء عن القنوات الفضائية كانت الاستجابة بلا بنسبة 54.5 % وهي إجابة غير ممثلة إحصائياً وبالرغم من أهمية التلفاز إلى أغلب الفئة المستجيبة إلا أنهم أفادوا بنسبة 52% بأن التلفاز لم يساهم في الحد من فرصة التواصل بين أفراد الأسرة، بينما 48% أفادوا أنه أقل من فرص التواصل وهذه نسبة تشكل شيء من الخطورة. ومن جانب الرقابة أفاد 95.5% بضرورة الرقابة وذلك لإدراك أغلب الفئة المستجيبة بخطورة المادة المرئية. وعن المدة التي تقضى أمام التلفاز كانت النسبة 84% تقضي أكثر من أربع ساعات أمام التلفاز ولكن المدة متغيرة ففي أوقات العطل الصيفية وبسبب عدم تنوع الأنشطة الخارجية وعدم وجود أماكن ترفيهية لجذب الأسرة خارج المنزل نرى أن هذه الفترة تزيد بالرغم من تأكيد الكثير من المستفيدين بالنسبة 90.9% على عدم مصداقية ما يقدم من برامج وخاصة الأخبارية والتي تستخف بعقلية المشاهد وتقدم الحدث انطلاقاً من تصور وأهداف القائمين على المحطة الأخبارية.

والسؤال عن أن التلفاز قد أسهم في توسيع مدارك المشاهد العربي كانت الإجابة بنسبة 84% بنعم، وهذه النسبة رفعت من إن المشاهد العربي لديه قدر من الوعي وذلك بنسبة57.9 % وأظهرت نسبة42.1 % إن المشاهد العربي لا يوجد لديه وعي بما يقدم. وكذلك اهتمام كثير من القنوات الفضائية الترفيهية بالعنصر النسائي بطريقة فجة أجاب ما نسبته 61.5% إلى ان العنصر النسائي يستخدم لعامل الجذب من قبل المحطات الفضائية زيادة نسبة المشاهدة، ولقد أجاب ما نسبته 89.5% بأن القنوات الفضائية كثيراً ما تقدم برامج تتعارض مع قيمنا الدينية وعاداتنا وتقاليدنا وهنا نحتاج إلى وقفة فما هو الحل.

أمام هذه الزخم الإعلامي الغير مقنن وهل نظل مكتوفي الأيدي إلى أن نفاجأ بأننا استوردنا الأمراض الاجتماعية بأننا استوردنا الأمراض الاجتماعية بأموالنا دون أن نعرف كيف نقي أنفسنا وأولادنا من تأثيراتها السلبية. ومن هنا أرفع إلى مقام وزراء

الإعلام العرب وقد كان اجتماعهم السنوي منذ فترة قريبة الحاجة إلى تطوير القنوات الفضائية العربية الجادة والتي يكون جل اهتمامها مصلحة المشاهد وليس دس السم الدسم. كذلك على وزراء التربية والتعليم الاستفادة من وسيلة الإعلام الهامة بتنظيم وتقديم برامج هادفة للشباب والأطفال. وعلى رجالات الدعوة والإرشاد تنويع وتطوير أساليب الدعوة والوصول إلى جميع فئات المجتمع عن طريق برامج توعية مبتكرة ومدروسة، كذلك التنوع في إنتاجية قنوات إسلامية ناطقة باللغة الإنجليزية والفرنسية وذلك لتكون حائط صد لما يصلنا من غثاء إعلامي.

تعتبر القنوات الفضائية من أخطر وسائل الإعلام أثراً ، لذا حرص المنصرون على استخدام القنوات الفضائية في دعوتهم التنصيرية ، فدخل المنصرون من خلالها بيوتاً موصدة أمامهم وخاطبوا العرب بنفس اللغة التي يتخاطبون بها ، فأنشئوا قنوات فضائية تنصيرة ناطقة باللغة العربية ، وما هذه القنوات إلا وجه جديد للصراع بين الحق والباطل ..ولمقاومة المشروع التنصير ي يجب دراسة وسائل المنصرين ، وإعطاء كل وسيلة حقها من الدراسة والبحث .

قادة الرأي والقنوات الفضائية

رؤية قادة الرأي للعلاقة بين مشاهدة الفضائيات ومشاهدة التلفزيون المصري

الرؤية	التكرار	%
1- الفضائيات قللت من مشاهدة التلفزيون المصري	20	76.92
2- الفضائيات لم تقلل من مشاهدة التلفزيون المصري	6	23.08
المجمـوع	26	%100

وتظهر بيانات الجدول أن الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (76.92%)أكدوا أن مشاهدتهم للقنوات التليفزيونية الفضائية قلل من معدل مشاهدتهم للتليفزيون المصري

ويفيد هنا أن نعرض لبعض استجاباتهم اللفظية لأسباب ذلك " القنوات المصرية مملة بعض الشيء في برامجها وأخبارها"، " برامج الفضائيات أكثر انتشارا وتنوعا "،" توجد برامج مشفرة لا توجد على التلفزيون المصري "،" تتيح لي التعرف على الأمور الدينية بشكل غزير ومتعمق "،" لقلة ما تعرضه القنوات المصرية من برامج ومعلومات "،" التلفزيون المصري لا يهتم سوي بالإعلانات وبرامجه تافهة "،" بعد ما أشاهد الفضائيات ما فيش وقت أشاهد التلفزيون المصر الممل "،" برامج التلفزيون المصري غير كافية لإشباع كل الرغبات "، إلى غيرها من الاستجابات التي تظهر الرؤية النقدية السائدة لدي جماعة المبحوثين عن أداء التلفزيون المصري .

وفي مقابل ذلك كانت هناك نسبة محدودة (23.08%) تري أن وجود الفضائيات لم يقلل من معدل مشاهدتهم للتلفزيون المصري وقدموا في ذلك استجابات من قبيل :" لأني أحب مشاهدة الفضائيات وكذلك التلفزيون المصري لمعرفة الأحداث المحلية الجارية "،" لأنني انتمي لبلدي " ،" لأن المشاهد المصري تعود على مشاهدة برامج التلفزيون المصري "،" لأنني أرغب في معرفة أخبار المحافظات والمحليات " إلى غيرها من الاستجابات التي تؤكد الرغبة الكامنة لدي قادة الرأي للإلمام بمجريات حياة الأفراد اليومية .

الآثار الإيجابية والسلبية للبث الفضائي

أولا : الآثار الإيجابية للبث الفضائي

يمكن رصد أهم الآثار الإيجابية للبث الفضائي فيما يلي:

1- أصبحت الأخبار متداولة في القنوات الفضائية في اللحظة ذاتها وبهذا أصبح الفرد يعيش الحدث في مراحله المختلفة لحظة بلحظة حتى أن قناة الجزيرة كانت تقسم الشاشة أثناء العدوان على العراق إلى ست قطاعات وتنقل الأحداث مباشرة من ستة أماكن

2- اصبح هناك ازدهارا في المجال الرياضي من خلال النقل المباشر للمباريات الرياضية من ناحية وظهور قنوات رياضية متخصصة من ناحية أخرى

3- إمكانية نشر الوعي الصحي عن طريق البرامج الحية التي تقدمها القنوات الفضائية والتعريف بالأمراض المختلفة بالإضافة إلى استخدام الأقمار الصناعية في تشخيص الأمراض عن بعد والمساهمة في إجراء العمليات الجراحية عن بعد وظهور قنوات صحية متخصصة مثل قناتي : حورس ونفرتيتي التي أصبحت قناة الصحة والسكان ثم قناة صحتي وقناة : الصحة والجمال.

4- إتاحة الفرصة أمام المشاهد ليكون أمام اختيارات كثيرة ومتنوعة في المشاهدة سواء في القنوات أو المضامين الإعلامية بعد ظهور القنوات المتخصصة في المضمون والقنوات المتخصصة في الجمهور وبشهد الوطن العربي الآن إمكانية استقبال خمسة آلاف قناة عامة ومتخصصة منها 3216 قناة مفتوحة مما يتيح أمام الفرد فرصة الاختيار وخاصة في ظل تميز القنوات الفضائية العربية بالتنوع حيث أن لكل قناة طابع خاص يعكس طابع الدولة التي تتبعها

- **ومن مزايا البث بالنسبة للطفل:**

1- تساعد علي نمو ذكاء الطفل ورفع قدراته العقلية وتوسيع مداركه الفكرية وتنشيط خياله وتنمية وعيه وملكاته الفكرية وإكسابه معلومات جديدة في مجالات الحياة المختلفة وإعلامه بما يدور خارج بيته وبذلك يتعرف علي عادات وتقاليد الشعوب الأخرى بالإضافة إلى معرفة لغات أجنبية .

2- تعريف الطفل العربي من خلال برامج الأطفال سواء في القنوات الفضائية العامة أو المتخصصة الموجهة له بتاريخه ومعالم حضارته وفنونه ومواهب وهوايات الأطفال في مختلف الدول العربية

ثانيا : الآثار السلبية للبث الفضائي :

وتتمثل أهم الآثار السلبية للقنوات الفضائية العربية والأجنبية في الآتي:

1- تؤثر المضامين التي تقدم في القنوات الفضائية – وخاصة الأجنبية علي زيادة الاتجاهات نحو الاستهلاك وانتشار نمط الحياة الاستهلاكية الذي لا يتلاءم مع إمكانات الدول النامية مما أدى إلى ظهور ما يسمي ثورة التطلعات التي تتحول في هذه الدول – نظرا لظروفها الاقتصادية – إلى ثورة احباطات وتهميش الهوية القومية خاصة مع استحداث بعض القنوات الفضائية الأجنبية لأسلوب إضافة خدمة ترجمة أو دبجلة باللغة العربية لبيع المواد والبرامج التي تقدمها . وكنموذج لذلك تقدم قناتيTv5 الفرنسية و DW الألمانية خدمة ترجمة لبعض المواد والبرامج والمواد الدرامية في فترتي المساء والسهرة والتي تمثل فترة ذروة مشاهدة في العالم العربي وظهور قنوات إعلانية عامة و أخرى متخصصة في مجال محدد : كالهواتف مثل قناة 12.

2- طغيان قيم وعادات مجتمعات تختلف بشكل كبير عن المجتمعات العربية التي تستقبل هذا البث الفضائي مما أدى إلى أن العالم اصبح اصغر وتراجع مفهوم القومية والسيادة ليست فقط سلطة و أسلاك شائكة بل تقوم علي السيطرة علي المعلومات وبذلك انحسرت تدريجيا سلطة الدولة هناك شبكات اتصال عالمية متعددة الجنسيات

3- تقدم المضامين التلفزيونية في القنوات الفضائية الأجنبية حملات تشويه مستمرة للثقافة العربية والإسلامية ورموزها فالإعلام الغربي يتعمد تقديم صورة للعرب والمسلمين تجمع بين الضعف والتخلف والارهاب والتطرف " تقدمنا نحن العرب والمسلمين في صورة لا يليق بنا وبتاريخنا وحضارتنا ولا تعتمد علي الحقائق الثابتة بل تعتمد علي

نزعة عنصرية ظالمة بالإضافة إلى عرض مضامين إباحية مما يشكل خطورة علي المستوي الأخلاقي ويؤدي إلى إشاعة روح الانهزامية واليأس واللامبالاة وتسطيح الوعي وهو يمثل " تحديثا فكريا وحضاريا"

4- تؤثر البرامج الوافدة وخاصة الأفلام والمسلسلات الأجنبية علي مفهوم الزواج وقيمة الأسرة عن طريق عرض نماذج العلاقات غير الشرعية وخير مثال علي ذلك المسلسلات المدبلجة والقنوات العربية التي تقدم مضمونا أجنبيا مثل MBC2, MBC4, MBC Action وقنوات تليفزيون الواقع

مقترحا لتطوير القناة الفضائية المصرية :

أفاد 25 مبحوثا يشكلون 12.5 % من إجمالي مشاهدي القناة الفضائية المصرية أن لديهم آراء ومقترحات يودون رفعها للمسئولين عن القناة الفضائية من أهمها :

- أن يكون هناك ملخص للأنباء كل ساعة .
- أن تقدم القناة الفضائية المصرية الأفلام الجديدة وخاصة ليلة الأربعاء ، وليلة الخميس .
- أن تقدم المزيد من البرامج واللقطات الفكاهية .
- تقديم الغاني والتبلوهات الراقصة لفوق الفنون الشعبية ، وأغاني كبار المطربين ، وحددوا أسماء معينة كمحمد عبد الوهاب ، كارم محمود ، أم كلثوم ، فريد الأطرش .
- تقديم تعليق على مباريات الدوري العام يوميا ولقاءات مع اللاعبين من الملاعب .

- تقديم أكثر من نشرة أخبار محلية يوميا حيث أن نشرات الأخبار الحالية تركز على الأخبار العالمية المحلية الهامة بينما يحتاج المصريون في الخارج إلي معرفة تفاصيل ما يدور في محافظات مصر .
- التقليل من الإعلانات واختيارها ورقابتها بما يحافظ على الأخلاقيات العامة .
- تطوير برامج الأطفال والحرص على أن تكون مواكبة للطفل المصري الذي يعيش على أطراف القرن الحادي والعشرين .
- تقديم مسرحية للأطفال أسبوعيا على الأقل .
- إعادة النظر في مواعيد بعض البرامج والأفلام بحيث يراعى توقيت الدول التي يصل إرسال القناة الفضائية المصرية إليها وليس التوقيت المحلي ويقترحون تقديم الفيلم العربي في موعد تقديم بقناة M.B.C (الساعة الحادية عشر بتوقيت سلطنة عمان التاسعة بتوقيت القاهرة)
- زيادة جرعة البرامج السياحية حتى يتعرف مشاهدو القناة الفضائية المصرية– مصريي وعرب – على معالم مصر السياحية.
- الإكثار من البرامج الوثائقية عن الحضارة المصرية ومعالم مصر قديما وحديثا .
- تقديم تعليق يومي على الأحداث العالمية من خلال كبار الكتاب والصحفيين (فهذا ما يميز القناة الفضائية المصرية لوجود ثروة بشرية متميزة من هؤلاء الكتاب والذين نجدهم على شاشات القنوات الأخرى خاصة B.B.C باللغة العربية وقناة M.B.C.

أبرز مظاهر التغيير التي تمارسه القنوات الفضائية على المجتمع :

1.خطورة ماتبثه القنوات الفضائية من الدول المرسلة التي تملك و تدير مثل هذه القنوات و البلدان التي تستقبلها مما يجعلها في وضع المتأثر، بسبب الفوارق الثقافية والاجتماعية الكبيرة بينهم، وهو وضع خطير خاصة إذا علمنا أن 80% من الأخبار و

المادة الإعلامية تأتي من الدول الصناعية في مقابل 10-30% من البلاد النامية وهذا الزخم الهائل من المواد الإعلامية ينبئ بعواقب و خيمة اجتماعية و ثقافية بل حتى سياسية وأمنية.

2. إقصاء الثقافات المحلية حيث تعمد وكالات الأنباء العالمية التي تسيطر عليها الدول الصناعية و تخضع لثقافات البلاد الموجودة بها فأن الملاحظ أن الدول المنتجة للمادة الإعلامية تنزع إلى إهمال الثقافات الأخرى و لا تعرض منها إلا ما هو طريف و عجيب. وأثر ذلك على المتلقي الذي يرى أن الثقافة المنمقة المعروضة أولى من ثقافته التي تفرض عليه بهذه الصورة فيزهد بهذه إلى تلك .

3.تجزئة الثقافة المحلية، لأن الأخبار و المادة العلمية المتعلقة بالثقافات المحلية تأتي مبسطة و مجزأة بل وأحيانا مشوهة ومجافيه للواقع ومن الممكن أن تشير إلى أن النظام الإعلامي بطابعة المثير والمؤثر و المعلومات المتعددة و المتنوعة وغير المترابطة تؤدي إلى تفتت التنشئة الاجتماعية .

4. تعدد القنوات الفضائية وفيه خطورة ملحوظة على الثقافات الوطنية و ذوبانها أو طمس بعض معالمها في ظل هذا الفيض الإعلامي الموجه لصالح ثقافة البلدان المنتجة مع ما يتبعه من تنميط ثقافي و تصدير لمثل عليا و نماذج و إبطال و سلوكيات و توجهات و قيم وأسلوب حياة وافدة ومفروضة بشكل فوقي يمس بعض أساليب الحياة الاجتماعية وقد يطغى على ملامح الثقافات الوطنية التقليدية .

5.التأثير المباشر على التنشئة الاجتماعية فالأمر الملحوظ أن تأثير القنوات الفضائية أو الاتصال الجماهيري في عمليات التنشئة الاجتماعية قد بدأ بارزا حيث دخلت القنوات الفضائية كل بيت و خاطبت كل فرد صغير و كبيرا و اقتحمت كل الميادين فتغيرت القيم وتبدل السلوك الجمعي.

6. أدت القنوات الفضائية إلى قولبة فكرية و حياتية يخشى أن تنال من متانة الخصائص الذاتية للثقافة المحلية وفي ابسط الأمور قد تمس القيم الاجتماعية للمتلقي نفسه لقد اقبل الشباب السعودي على القنوات الفضائية بقبول كبير، أو بمعنى آخر

ليست مرفوضة من كثير من الأسر كما لوحظ أن معظم أفراد الأسر يشاهدون القنوات الفضائية في المنزل مما يؤكد أن المجتمع لديه رغبة في مشاهدة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية، وهذا أمر يتعاظم أثره إذا كانت كثيرا من الأسر تفتقد إلى وضع حدود لما يتلقى في المنزل. بعض الجوانب الإيجابية للقنوات الفضائية في الآتي:

1. تجديد الثقافة الوطنية الراكدة بتطعيمها بنماذج وتطلعات عصرية جديدة تتعلق بالإبداع والأداء الرفيع والإيقاع السريع، مع تشجيع التبادل الحضاري، ونشر التسامح الثقافي بين الأمم والشعوب.

2. تطوير وسائل الاتصال المحلية وبالذات وسائل وأجهزة استقبال البث الفضائي، حيث تفرض القنوات العالمية منافسة مما يستدعي ضرورة تحديث أساليب القنوات الفضائية المحلية والإقليمية.

3. التقليل من السيادة الإعلامية الكونية التي تسيطر عليه الدول الكبرى من خلال وكالات الأنباء التي تتحكم وتسيطر عليها فضلا عن إنتاج الأفلام والبرامج، الأمر الذي يتضمن مزيدا من الدعوة إلى التحرر والانطلاق، لتزويد المجتمعات والشباب بالبرامج و المعلومات التي تساعدهم على حرية الاختيار.

الآثار الإيجابية للبث المباشر من خلال الفضائيات على المجتمع العربي فيمكن تحديد أهمها في المجالات التالية:

1.الأخبار السياسة والاجتماعية، حيث ساعدت قنوات البث المباشر للمشاهد العربي فرصة التعرف على الأنباء والأحداث العالمية لحظة وقوعها, والتعايش مع الحدث والخبر مباشرة بالصوت والصور المتحركة.

2.متابعة المهرجانات الرياضية، حيث وفرت القنوات الفضائية فرصة متابعة الأحداث الرياضية العالمية للمشاهد العربي, كما أن هناك بعض القنوات الفضائية قد خصصت لتقديم مواد وبرامج رياضية، والرياضة أداة تحقق فهم مشترك بين شعوب العالم, وعلى مستوى العالم العربي تم الاستفادة من نقل القنوات الفضائية لأحداث الرياضية العربية

إلى الدول العربية, وهي فرصة لزيادة تقويم البرامج الرياضية بين الدول العربية وزيادة الخبرات بما فيه مصلحة العرب, ورفع المستوى الرياضي عندهم.

3.التعرف على ثقافات جديدة عن مجتمعات دول العالم, والتعرف على معلومات ربما ساعدت القنوات الفضائية على تلاقح الثقافات, أو ما يمكن أن نسميه بالتفاعل الثقافي بين دول العالم.

4.تساهم القنوات الفضائية في استغلال أوقات المشاهد والاستفادة من وقت فراغه بما يسمعه أو يشاهده من حوارات هادفة وبرامج مفيدة، ونصائح قيمة.

5. تقدم القنوات الفضائية فوائد على المستوى الصحي والعلمي والديني و الاجتماعي, فعن طريق البث المباشر ينشر البث الصحي, والتعرف على الأمراض, واستخدام النقل المباشرة في نقل صور حية عن أداء مناسك الحج والصلاة من الأماكن المقدسة، فضلا عن نقل المؤتمرات و اللقاءات الطبية, وتقديم برامج عن الصحة العامة, وصحة الشباب, وأساليب التغذية السليمة, وعن طريق البث المباشر يتم تقديم البرامج العلمية المرتبطة بشؤون الحياة المختلفة, والتعرف على البيئة والكون والحياة في شتى بقاع الأرض دون حاجة إلى اتصال أو سفر.

6. تكوين نظام تعليمي على المستوى الوطني كجزء من عملية التنمية الاجتماعية الشاملة، عن طريق القنوات الفضائية، حيث يقدم ويعد المعلمون والمتخصصون الدروس العلمية والنظرية دون حضور الدارس إلى مدرسته أو معهده.

7. تفيد القنوات الفضائية الطلاب في المجتمعات العربية من خبرات الأساتذة المتخصصين والتعرف على أحدث الأبحاث ونتاج العلم والتطور في حياة الناس اليومية.

8. تؤكد القنوات الفضائية العربية على أهمية الالتزام بالقيم التي يؤمن بها المجتمع العربي وزيادة الإيمان في عقيدته, وتوضيح الدور الحضاري والتاريخي للأمة العربية, كما يقوم البث المباشر العربي بقضاياه الأساسية, بتكوين الرأي المجتمعي العام بما يخدم الأمة العربية ويحافظ عليها, ويزيد من أواصر الترابط بينهم.

9. تنقل القنوات الفضائية الثقافة العربية الإسلامية وتعرف دول العالم بها، فضلا عن الاستفادة من هذه القنوات في مجالات الدعوة الإسلامية والتعريف بالدين الإسلامي.

وهكذا يتضح لنا مما سبق أن بث القنوات الفضائية يفيد المشاهد في الحصول على الأخبار والمعلومات, ويقدم للمجتمع معلومات جديدة في جميع المجالات التي تهمه كالصحة والتعليم والرياضة وغيرها.

التأثير السلبي للقنوات الفضائية

تعتبر القنوات الفضائية من الاختراعات الحديثة التي قدمت للبشرية خدمات متنوعة وجليلة في حياة المجتمعات البشرية، وبالمقابل فهي سلاح ذو حدين لها جانب إيجابي وسلبي لا يمكن تجاهله وسنتعرض للآثار السلبية في النقاط التالية:

1. الآثار العقائدية: هناك أثر سلبي لمضامين برامج البث القنوات الفضائية على عقيدة المسلمين, عن طريق التشكيك في عقيدتهم, والترويج للقيم المادية وتحسين أنماط السلوك السائد في المجتمعات الغير مسلمة, وإظهار المجتمعات غير الإسلامية بأنها بلاد الحرية, وتقبل الرأي البشري المخالف للشرائع السماوية, وفي المقابل وصف العالم الإسلامي بالرجعية والتخلف, وربما روجت بعض قنوات البث المباشر بعض الأفكار الإلحادية وكل هذه المضامين الوافدة تبث عبر القنوات الفضائية, وللأسف قد يستحسن بعض المسلمين تلك الأفكار وأساليب الحياة في المجتمع الغربي ويقلدها عن جهل منه.

إن بعض القنوات الفضائية فتنة تهدد كيان الأمة الإسلامية، فقد اجتمع (8194 منصرا) وعقدوا اجتماعا عالميا في هولندا مثله أكثر من خمسين دولة وكلف 21 مليون دولار، وكان هدفه دراسة كيفية الإفادة من البث الفضائي للتنصير والتأثير على المسلمين.

2.الآثار الثقافية: ويتمثل في الغزو الثقافي والفكري ومحاولة التغريب ومحاربة وتهديد الهوية الثقافية للمجتمع العربي, من خلال عرض المعايير والقيم والسلوكيات

اليومية ونمط العلاقات الاجتماعية في المجتمع الغربي, بوصفة المجتمع الأرقى والأكثر تقدما, وعرض النماذج السائدة في المجتمع العربي, ووصفها بالتخلف, وهذا يفسر لنا انتشار نماذج ثقافية غربية في المجتمعات العربية.

3. الآثار الاقتصادية: ويمثل الترويج عن المنتجات الغربية من خلال الإعلانات, وجعل المواطن العربي مستهلك للمنتجات الأجنبية الضرورية وغير الضرورية, والأدوات الكمالية, وتشجيع المواطن العربي على شراء واقتناء السلع الأجنبية على حساب شراء المنتجات الوطنية.

4. الآثار الاجتماعية: فبسبب إمكانية التلقي المباشر من القنوات الفضائية انعدمت فرص الرقابة والمنع من قبل الجهات الرسمية في الدول النامية, وتعذر على الجهات الرسمية فرص الانتقاء والحذف من مضامين البرامج الوافدة الضارة بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية, أو بالأسرة والتربية, وهكذا ظهرت الهجمة الأجنبية التي تمجد العنف والعداوات والقوة, حتى في برامج الرسوم المتحركة الموجهة للشباب, واحتوت تلك البرامج على مضامين ربما أدت إلى تفكك الأسرة وتشجيع الانفرادية والأنانية والخروج على سلطة الوالدين, والاستهزاء بالقيم الدينية, وربما احتوت برامج البث على مفاهيم متناقضة مع مفهومنا للأسرة وشرعية العلاقة بين الرجل والمرأة في المجتمع الإسلامي.

5. الآثار الأمنية: تقدم القنوات الفضائية الجريمة و العنف بأنهما واقعا اجتماعيا وأحداث عادية مألوفة كل يوم, يتقبلها الناس بعفوية هادئة قبولهم لبعض الظواهر الجوية المألوفة كبرودة الجو أو هطول الأمطار، إن استمرار الشباب في مشاهدة العنف والقوة واستخدام العدوانية, يترك أثارا سيئة على حياتهم وعلاقتهم مع المجتمع وتعاملهم مع أسرهم بصورة خاصة، فقد بدأت وسائل الإعلام بتسويق برامج العنف والعدوان والجريمة وأصبحنا نعيش في عالم عدواني يقوم على تثبيت بصماته السلبية على شخصية الشباب.

7. الآثار الصحية: تشجع القنوات الفضائية الشباب على السلوكيات السلبية كالتدخين, والمخدرات وشرب الخمور وتناول الوجبات السريعة وتناول المشروبات الغازية, مما يؤثر سلبا على صحة الشباب.

8. الآثار التعليمية: إصابة الشباب بالخمول والكسل, فمتابعة مشاهدة القنوات الفضائية يكسبهم عادة الكسل والتواكل على الآخرين والتقاعس عن القيام بالأعمال المؤكلة إليهم، وصرفهم عن القراءة والإطلاع والمذاكرة, مما يضعف قدراتهم, وتحصيلهم العلمي, و يؤدي بهم إلى العزلة الأسرية والاجتماعية.

تخطيط وإنتاج البرامج الإذاعية (راديو – تليفزيون)

لعل من أولى الاهتمامات التى تشغل بال القائمين على الاذاعة والتليفزيون هو انتاج البرامج التي تترجم الأهداف التى تسعى اليها وإشاعتها بين جمهورها من المستمعين او المشاهدين ، وما البرنامج الا فكرة او مجموعة أفكار تصاغ فى قالب معين لهدف معين ويمكن تصنيف برامج الاذاعة والتليفزيون طبقا للعديد من المتغيرات ،

أولها الوسيلة ، فيختلف البرنامج الاذاعة عن البرنامج التليفزيونى ، فمادة البرنامج الاذاعى تعتمد على الصوت ، الذى يمكن ان يكون الكلمة المسموعة او المؤثر الصوتى او الموسيقى ، بينما تكون مادة البرنامج التليفزيونى الصورة فى المقام الأول

مقترنة بالصوت ، ويدخل فى تكوينها الأشخاص والديكورات والأثاث والملابس والإكسسوار والماكياج والإضاءة وحركة الكاميرات .. الخ كما يمكن تصنيف البرامج طبقا لوقتها التى تذاع فيه ، فبرامج الصباح غير برامج السهرة وطبقا لمدتها ن فهناك البرامج طويلة التوقيت ، والتى تزيد عن نصف ساعة مثلا ، والبرامج قصيرة المدة والتى لا تزيد عن عشر دقائق، ثم متوسط التوقيت والتى تصل مدتها الى ربع ساعة مثلا.

من جهة أخرى يمكن تصنيف البرامج **طبقا لجمهور** المستمعين والمشاهدين الذى تخاطبه ، فهناك برامج الاطفال والشباب والنسوة والعمال والفلاحين وكبار السن .. الخ ذلك من برامج تعرف ببرامج الطوائف ، حتى انه يمكن تصنيف البرامج التى توجه الى فئة واحدة من فئات الجمهور ، على سبيل المثال برامج الاطفال ن نجد فيها برامج توجه لطفل ما قبل المدرسة ، او طفل المدرسة فلكل منها خصائص وسمات تختلف عن الآخرين وهكذا تتنوع برامج الاذاعة والتليفزيون طبقا لجمهورها من المستمعين والمشاهدين ، فبرامج المرأة تختلف عن غيرها من برامج خاصة وما يقدم للمرأة قد لا يناسب غيرها من فئات كالرجال او الشباب او الاطفال ... الخ كما يمكن تقسيم البرامج طبقا لدوريتها فهناك برنامج يومى او اسبوعى او شهري او حتى سنوي كالعرض الاخبارى الذى يذاع فى اخر يوم فى السنة ويتم فيه عرض أهم أحداث العام المنصرم ، او برامج المناسبات التى لا تتكرر الى مرة واحدة سنويا.

كما يمكن تصنيف البرامج طبقا **لطبيعتها** حية سواء كانت من داخل الأستوديو او خارجه او مسجلة وهناك فروق بينهما من أهمها طبيعة التحكم والسيطرة فيما يذاع ، وبالتالي فروق بينهما من أهمها طبيعة التحكم والسيطرة فيما يذاع ، وبالتالى تحقيق ما يعرف بأمن الميكروفون وهو موضوع هام وخطير ، وتختلف البرامج المسجلة طبعا باختلاف الوسيلة فبينما نجد البرامج تسجل إذاعيا فى الغالب على شرائط او اسطوانات ، نجد التليفزيون يستخدم بالإذاعة الى ذلك الأفلام على

اختلافها من حيث الحجم او من حيث تسجيل الصوت (أحاديث النظام Sor او ثنائية النظام .D.S وكذلك شرائط الفيديو VTR على اختلاف حجمها 2/1 ، 4/3 ، 1 بوصة ... الخ وطبيعة يحتاج كل منها الى جهاز خاص به كجهاز عرض الأفلام 16 او 35 مم ، او جهاز عرض الشرائح الفيلمية او الأقلام الثابتة ، او جهاز عرض شرائط الفيديو VTR وهناك اسطوانات الفيديو وتستخدمها بعض المحطات التعليمية ، ويندر استخدامها فى غالبية محطات العالم ، وتعمل غالبية محطات التليفزيون فى العالم الى حفظ وتسجيل تراثها على شرائط ، فتنقل الفقرات والبرامج الفيلمية على شرائط VTR ولسهولة استخدامها وللتغلب على أوجه القصور التى يمكن ان تواجه المواد الفيلمية من قطع او عدم صلاحية كالتصلب . الخ ذلك من سلبيات.

كما يمكن تصنيف برامج الاذاعة والتليفزيون طبقا لأهدافها التى تسعى اليها والتى يمكن حصرها فى الاهداف المعرفية او الاعلامية ، والتى تسعى الى تزويد جمهورها من المستمعين والمشاهدين بالمعارف او الأنباء والمعلومات والحقائق والمعرفة خاصية تميز الإنسان عن غيره من المخلوقات ، وهى محور اساسى فى حياته ، والمعرفة من أهم حاجات الوجود الانسانى ، فتعمل البرامج على إكسابه المعارف ، والمعلومات لكي يصبح مواطنا مدركا لحقائق الأمور ، وبالتالى ليشارك فيها ، فالإنسان يريد ان يعرف لان المعرفة امن له وطمانينه ، والجهل خوف وقلق وتوتر ، ومن جهة أخرى هناك الاهداف المهارية او النفسحركية ، والتى تسعى برامج الاذاعة والتليفزيون فى هذا المجال الى إكساب المستمعين والمشاهدين مهارات عملية متنوعة ، كتعلم القراءة والكتابة ، او اللغات الحية ، او التدريب على المهن الأخرى فى الزراعة او لصناعة او التجارة او الرماية او الصيد او بعض الألعاب الرياضية .. الخ وهى مهارات يمكن ان يستخدمها المستمعون والمشاهدون فى العمل المثمر المنتج الذى يعود عليهم بالخير والرفاهية ، وبالتالى على مجتمعهم.

كذلك من بين الاهداف التى تسعى اليها البرامج على اختلافها ما يتصل بوجدان المستمعين والمشاهدين ، كأن يستهدف البرامج مساعدة المواطنين على اكتساب الاتجاهات النفسية ، والقيم الاجتماعية والخلقية الصالحة والسلوكيات السليمة ، وتوفير التجارب الناجحة التى يمكن ان ينخرط فيها ، وهكذا يمكن تصنيف البرامج طبقا لأهدافها ، ويمكن ان تكتمل فى برنامج واحد ، ونعلم ان لاكتساب المهارات دون أساس معرفي او معلومة تخدمها وهكذا ، كما يمكن تصنيف أهداف البرامج من جهة أخرى بمعنى ان يكون لها هدف سريع عاجل ، كمواجهة خطر معين ، او هدف مرحلي لفترات محددة او على المدى البعيد ، وهكذا يمكن تصنيف البرامج حسب أهدافها حيث نجد فروقا واضحة فى الاهداف الخاصة لكل برنامج ، التى يرنو اليها من تفسير وتوضيح او إخبار او توعية او تعليم او تثقيف او توجيه او ترفيه او الإعلان فعلى سبيل المثال نجد فروقا واضحة فى الاهداف الخاصة بكل إعلان اذاعى او تليفزيوني إعلان يستهدف تنشيط الطلب الاول على الخدمة او المنتج ، او تعليم المستهلكين الطريقة الصحيحة فى استخدام المنتج ، او التذكير باسم الخدمة او المنتج ، او مقاومة اثر المنافسة الإعلانية للمنتجات او الخدمات الأخرى ، او تكوين صورة ومركز متميز فى أذهان المستمعين والمشاهدين عن الخدمة او المنتج المعلن عنها.

من جهة أخرى **يمكن تقسيم البرامج طبقا لمضمونها** فهناك البرامج الإخبارية والبرامج الثقافية والبرامج التعليمية والعلمية والبرامج الصحية والبرامج الدينية والبرامج الاعلانية والبرامج الترفيهية او الفاكهية ، من جهة أخرى هناك البرامج ذات المضمون الخيالي او الواقعي ، او التى يتلاقى فيها الواقع والخيال ويمكن ان يتحول الخيال الى واقع محسوس فى المستقبل المنظور او البعيد كله او بعضه ، ذلك لان ما يتخيله الإنسان او يتصوره كأنه مستحيل الحدوث فى مجرى الحياة اليومية وقد لا يكون كذلك بالصورة فى المستقبل القريب ، ومنها الخيال العلمي مثلا والذي يجنح نحو زيادة تطلعات مشاهديه وتوقعاتهم وتنبؤاتهم عبر الصور

الحسية المسموعة او المرئية وبما يفتح أفاقا رحبة بين جمهوره من المستمعين والمشاهدين ، من جهة أخرى يمكن ان نقول ان هناك ثمة نقطة للالتقاء بين التجارب الواقعية او الحقيقية والتجربة الخيالية ، خاصة فى الدراما على الاختلاف ألوانها ، فالحياة مليئة بالتجارب المتعددة والتجربة الإنسانية مليئة على اختلافها ن التى يمكن الاستفادة منها ، وكاتب النص الاذاعى الناجح هو الذى يأخذ قصصه من الحياة

كذلك **يمكن تصنيف برامج الاذاعة والتليفزيون طبقا لإشكالها او القوالب التى تقدم بها كبرامج** الشخصية الواحدة " الحديث المباشر " والمحاورات او المقابلات او الندوات او البرامج الجماهيرية او البرامج الدرامية تمثيليات ،أفلام ، مسلسلات ، – سلاسل ..الخ) او فى إشكال جورنال او مجلة (جورنال القرية – مجلة التليفزيون) او النشرات والعروض الإخبارية او التحقيقات ن وشكل محكمة او الاستعراضات او المسابقات او البرامج الخاص او المنوعات وهى البرامج التى تضم أجزاء من نوعيات البرامج التقليدية المختلفة ، وتحتل مكانة بارزة بين البرامج فى الإذاعات المتقدمة وفى اعتقادي أنها تستخدم لتحل أشكالا هاما بين المجددين المبدعين والمحافظين من الإذاعيين ، فهي تجمع بين أنواع مختلفة من البرامج الإذاعية والتليفزيونية كمادة يقبل عليها جمهور المستمعين والمشاهدين ، بسبب طبيعتها الخاصة غير الجافة ، كما انها تعمل على الترفيه عنهم ، بل وتعتبر من انجح البرامج التى يمكن ان نذيب فيها اعقد المعلومات فى فقرات مسلية وخفيفة وفاكهية ، ويمكن تصنيف البرامج طبقا لكل هذه المتغيرات ويمكن ان يجمع البرامج أكثر من تصنيف ، وغالبا ما يكون هذا الخلط نتيجة للطريقة العشوائية التى يقدم بها الإنتاج البرامجى ، لكن هذا التصنيف يساعد المبتدئين الى حد بعيد.

كذلك **يمكن تصنيف البرامج طبقا للجهة المنتجة لها** ، فهناك البرامج المنتجة داخل محطة الاذاعة او التليفزيون والبرامج المعلبة او المستوردة والتى يمكن استيرادها من إحدى المحطات الإذاعية او التليفزيونية ، ويمكن تقسيم البرامج

المستوردة طبقا لأساليب استقبالها ، فيمكن ان تكون من خلال شرائها او تبادلها مع محطات أخرى سواء بالنقل من خلال الشحن الجوى ، او من خلال شبكات الميكروييف او الكوابل المحورية او من خلال الأقمار الصناعية ، وتتفاوت البرامج الوطنية او المستوردة حسب طبيعة المحطة وإمكاناتها فعلى سبيل المثال تبلغ نسبة البرامج المستوردة فى تليفزيون البحرين 85% بينما يبلغ الإنتاج البرامجى الوطني 15% من جملة ما تقدمة من برامج بعكس التليفزيون البريطاني ITV نجد 86% من انتاجة يتم داخل المملكة المتحدة البريطانية وان 14% فقط من البرامج التى يذيعها يتم استيرادها من الولايات المتحدة الامريكية ودول الكومنولث وغيرها.

أساليب الإنتاج البرامجى فى الاذاعة والتليفزيون:

يمكن ان نؤكد ان أساليب إنتاج البرامج الإذاعية والتليفزيونية تختلف باختلاف البرامج فإنتاج نشرات الاخبار يختلف عن إنتاج البرامج الدرامية ، التى تختلف فيما بينهما ، فإنتاج تمثيلية قصيرة غير تمثيلية سهرة ، غير سلسلة إعمال درامية .. الخ هذا بالإضافة الى ان أساليب الإنتاج تختلف من وسيلة لأخرى ، بل وتختلف من دولة الى أخرى ، غير إننا نؤكد ان الإنتاج البرامجى الاذاعى أوالتليفزيونى الجيدة يمر بالمراحل الاتيه :

أولا – التخطيط الاذاعى والتليفزيوني :

أصبح التخطيط البرامجى إذاعيا وتليفزيونيا سمة من سمات العصر الحديث لانه يمثل الأسلوب والمنهج السليم للنهوض بالعمل البرامجى فى الاذاعة والتليفزيون وتغليب للادراة العلمية فيها على متاهات الجهل ، ومقر الإمكانات ، فهو عملية منتظمة تتضمن اتخاذ مجموعة من الإدارات والقرارات المتصلة بإستراتيجية العمل الاذاعى، للوصول الى أهداف مطلوبة يسعى اليها القائمون عليها وعلى مراحل او خلال فترة او فترات زمنية مقدره مع استخدام كافة الموارد والإمكانات المادية والبشرية المتاحة أحسن استخدام لتحقيق أهداف الخطة

المستهدفة خلال مدو زمنية محددة وهى عملية مستمرة لا تنتهي بوضع خطة واحدة وإنما هى عملية متصلة ومستمرة يجب ان يراعى فيها لربط بين الخطة واحتياجات المستمعين والمشاهدين ومنها طويلة الأمد او المحدودة او الفرعية او المعاونة ومنها الهندسية والبرنامجية .. الخ.

إستراتيجية الاعلام الاذاعى وسياسته العامة :

تنبثق إستراتيجية الاعلام الاذاعى (مسموع – مرئي) فى مصر من أسس وقواعد الإستراتيجية العامة للدولة وسياستها الداخلية والخارجية ن ومن المفهوم الاساسى لرسالة الاعلام الوطني ، ومواثيق الشرف الإذاعية ، وتقوم الإستراتيجية على عدة قواعد منها : الانتشار الاعلام على المستوى الوطني والعربي ، وحق المواطن المصرى فى الاعلام ، والذي تؤكده حقوق الإنسان ، وكل مواثيق العمل الاعلامى ، والامن الاعلامى الذى يعنى تقديم الرسائل الاعلامية بصورة تحسن المواطنين ضد التيارات الاعلامية او الثقافية الأجنبية ، وذلك عن طريق موضوعية الاعلام الاذاعى وفوريته ، وعلى أساس من الصدق والواقعية والشمول ن وحرية الاعلام الاذاعى بمعنى ان يكون بعيدا عن الانحياز ، او التحيز لسلطة او اتجاه ، او يكون مستقلا لا يهدف إلا صالح الوطن والمواطنين ، مع مراعاة تطوير الاعلام الاذاعى والتليفزيوني.ومسايرة التطور العالمي فى نظم وفنون العمل الاذاعى والبرامج " صور وأساليب العرض والتقديم " وكذا الجانب الهندسي بتشغيل احدث الوسائل والتقنيات ، وتحسين ادعائها باستمرار عن طريق الإحلال والتبديل والاستحداث ، وتدريب الكوادر الاعلامية فى الجوانب الهندسية والاعلامية والرادارية والاهتمام بالتعاون الاعلامى عن طريق إقامة علاقات وثيقة بالمنظمات والاتحادات والهيئات الإذاعية على المستوى الدولي عامة ، والعربي والافريقى ودول العالم الاسلامى ومجموعة عدم الانحياز بصفة خاصة ، ذلك فى كافة مجالات العمل الاذاعى ، وخاصة الإنتاج البرامجى ، التبادل والتدريب والهندسة الإذاعية وتشغيل التليفزيونى ، وفى نطاق الأركان

للإستراتيجية العامة للأعلام الاذاعى والتليفزيوني ، فان السياسة العامة للأعلام تعمل على تحقيق الأسس التالية

1- توظيف الاعلام المسموع والمرئي لخدمة أهداف المجتمع ، وفى إطار من تقاليده وقيمة وأخلاقياته ، وفى مراعى المصلحة القومية العليا ، ودون تجاوز لمبادئ الدستور نصا وروحا
2- دعم النظام العالم للمجتمع وترسيخ جذور الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي ،وتأكيد سيادة القانون
3- صيانة كرامة الإنسان المصرى ودعم حريته وحقه فى التعبير عن ذاته ، وعن سائر حقوقه التى نصت عليها الأديان السماوية والمواثيق والاتفاقيات الدولية والأعراف المصرية والحضارية
4- مشاركة الجماهير حياتها اليومية ، ومعايشة مشكلاتها والتعبير عن مطالبها وآرائها.
5- ملاحقة الاحداث وتوقعها للحصول على الحقائق بأسرع السبل ن وطرحها على الجماهير فى أنيتها.
6- خلق ارضية ثقافية توحد هوية الإنسان المصرى ، مع تعريفه بالثقافات بقدر يتفق وطبيعته وأخلاقياته ، مع الاهتمام بعنصر الاختيار تجنبا للخلط او الخلل الفكري.
7- الاهتمام بالجانب التعليمي ومحاولة ربطة بواقع الحياة ، ليواجه حاجة الوطن فى الخطط التنموية.
8- تهيئة المناخ الملائم لتشجيع الملكات الخلاقة ، والطاقات المبدعة لدى الموهوبين وإعطاء فرص عادلة لهم لتنمية مواهبهم.
9- تقديم الرقية والترويح فى أسلوب راق يسمو بالحس والذوق دون ابتذال او تدنى.

10- توثيق الروابط بين مصر ودول العالم ، بشرح وتفسير وجهات النظر المصرية تجاه

المشكلات والقضايا الدولية ، والتصدي للدعايات المغرضة ، بتقديم الحقائق المدعمة بالحجج

والأسانيد المنطقية.

11 – تحقيق التفاهم الدولي من خلال توثيق الروابط بين شعب مصر وشعوب العالم بتعريفهم

بواقع مصر قديما وحديثا وتراثها فى مجالات الفكر والفن والثقافة والعلوم

12 – الاضطلاع بدور مصر الريادي فى العالم العربى والافريقى والاسلامى ودول عدم الانحياز

، مساهمة فى تدعيم مواقف العالم النامى ، وتحسين أوضاعهم الاقتصادية.

13 – نشر المبادئ والقيم الحضارية والإنسانية للدين الاسلامى ، وتقديم الفتاوى والتفاسير لمسلمي العالم ، وبصفة خاصة فى إفريقيا واسيا.

14 – تطوير الإنتاج الاذاعى المصرى ، من حيث شكله ومضمونة وذلك للمحافظة على تواجده وزيادته فى أسواق العالم المختلفة

15 – النهوض بالمستوى الفني والمهني للقائمين بالخدمات الإذاعية الصوتية والمرئية ولهذا انبثقت لجنة تنمية الكوادر الاعلامية عن مجلس أمناء اتحاد الاذاعة والتليفزيون ولأول مرة فى دورته الخامسة وطبقا لقرار رئيس المجلس رقم (324) لسنة 1988.

16- نشر البث الاذاعى (مسموع – مرئي) الكفء ليغطى جميع إنحاء الجمهورية ، ودعم وتطويره اجهزة الاذاعة الصوتية والمرئية وفقا للأساليب العلمية والاقتصادية لمختلف اجهزة ومرافق الاذاعة الصوتية والمرئية.

17- الالتزام بمنح وقت للأحزاب السياسية إبان أوقات الانتخابات لشرح برامجها للشعب ن وكذلك تخصيص جانب من وقت الإرسال الاذاعى والتليفزيوني بصفة منتظمة لعرض الاتجاهات الفكرية الرئيسية للراى العام.

18- الاعلام عن المناقشات البرلمانية 0 مجلس الشعب والشورى) والمجالس المحلية والالتزام بإذاعة ما تطلبه الحكومة رسميا ، وكل ما يتصل بالسياسات العامة للدولة والمبادئ والمصالح القومية العليا.

الاهداف العامة للخطة الاعلامية :

وحتى تتمكن الاذاعة والتليفزيون من تحقيق دورهما لخدمة المجتمع وبلوغ أهدافه ، وتحقيق رسالتها فى الاعلام والتثقيف والتعليم والتسلية والترقية ، يتم تحديد الاهداف التى تسعى اليها الرسالة الاعلامية ، وذلك فى إطار الخطة الاعلامية التى تسير عليها شبكات الاذاعة والتليفزيون سنويا وترتكز الخطة الاعلامية لعام 19989/88 وجوهرها على التنمية بإبعادها المختلفة 0 اقتصادي – اجتماعية – ثقافية) بينما تحددت أهداف الخطة 1989/87 فيما يلي:

1- تنمية الوعي السياسي للمواطن وقدره استيعابه للحركة السياسة داخل مجتمعه فكرا ومنهجا وممارسة ، وكذا الحركة السياسة العالمية ، ومدى تأثيرها على المواقف والقضايا الوطنية والقومية والدولية ، فيزداد معرفة بواقعه ، وتتسع معارفه بما حوله ، وتنمو قدراته على الفهم والتحليل ، فيشارك بفعالية فى صنع القرار واتخاذه وتنفيذه.

2- تنمية الوعي الاقتصادي بعرض واقعنا الاقتصادي مع التأكيد على أهمية تنمية الإنتاج وتحسين مستوى الأداء كحل وحيد للخروج من الأزمة الاقتصادية ، التى تحيق بنا ، والتركيز على دور الفرد وإحساسه بمسئوليته ومشاركته فى القضاء على السلبيات والمعوقات ومضاعفة الجهد لدفع عجلة

الإنتاج ، وتحسين مستوى الأداء للوصول الى معدلات تتخطى الأزمات وتحقق رضا ورفاهية الفرد والمجتمع .

3- التنمية الثقافية بتوفير زاد عقلي وروحي من التجارب والمعارف والفنون والعلوم والاداب، ويحمى التراث الثقافي والحضاري ويطل على الثقافات العالمية لخلق جيل واسع التجارب ، رحب الإدراك ، ناهل للثقافات ، قادر على فهم قيم العصر واستيعاب تقنياته وتطوراته فى كافة مجالات الحياة .

4- التنمية الاجتماعية ، بتوظيف الرسالة الإذاعية 0 مسموعة – مرئية) للتأثير على أنماط الحياة الاجتماعية ، وإحداث التغيير فيها بما يواكب التنمية المستهدفة والشاملة .

تخطيط البرامج الإذاعية والتليفزيونية :

وحتى يتم تحقيق الاهداف يتم وضع الخطط البرنامجية التى تكفل تحقيها وتحدد أنواع البرامج الإذاعية ، او التليفزيونية ، ومساحتها الزمنية على خريطة البرامج ، وأسلوب وكيفية معالجتها وفقا للأهداف السابق ذكرها ، مع إيجاد توازن بين ساعات الإرسال المخصصة ومراعى التباين القائم بين جمهور المستمعين والمشاهدين ، من حيث الفكر ، والثقافة والأعمار ، والمستوى التعليمي ، والوظيفي او المهني والدين ، ومستوى المعيشة ، ومحل الإقامة ، والتوزيع الجغرافي والاجتماعي ، عملا عن خصائصه النفسية والاجتماعية ، التى يتميز بها ، ولها دلالتها ، وتؤثر بشكل فعال على استجابته للرسالة الإذاعية (مسموعة – مرئية) ومنها الأنماط والقيم الاجتماعية ن ومستوى تطلعاتهم واتجاهاتهم ، وموافقتهم.

وتعتبر دراستهم والتعرف عليهم أساسا لنجاح عملية الاتصال الاذاعى والتليفزيوني ، وتمكن القائمين على التخطيط البرامجى من التعرف على خصائص جمهور المستمعين والمشاهدين ، حتى يمكن تقديم البرامج التى تشبع احتياجاتهم ، وتناسبهم باستمرار ، او إجراء التعديلات البرنامجية بهدف إقناعهم بوجه نظر او

موقف معين ، وتهتم الشبكات العالمية إذاعية او تليفزيونية بمعرفة أراء جمهورها من المستمعين والمشاهدين أولا بأول فيما يقدم ، وحتى يتم التلاقي بين مضمون البرامج ، واهتمامات جمهور المستمعين والمشاهدين وحتى لا تقدم البرامج بمعزل عن جمهورها ، فلا فائدة من برامج توجه الى جمهور غائب.

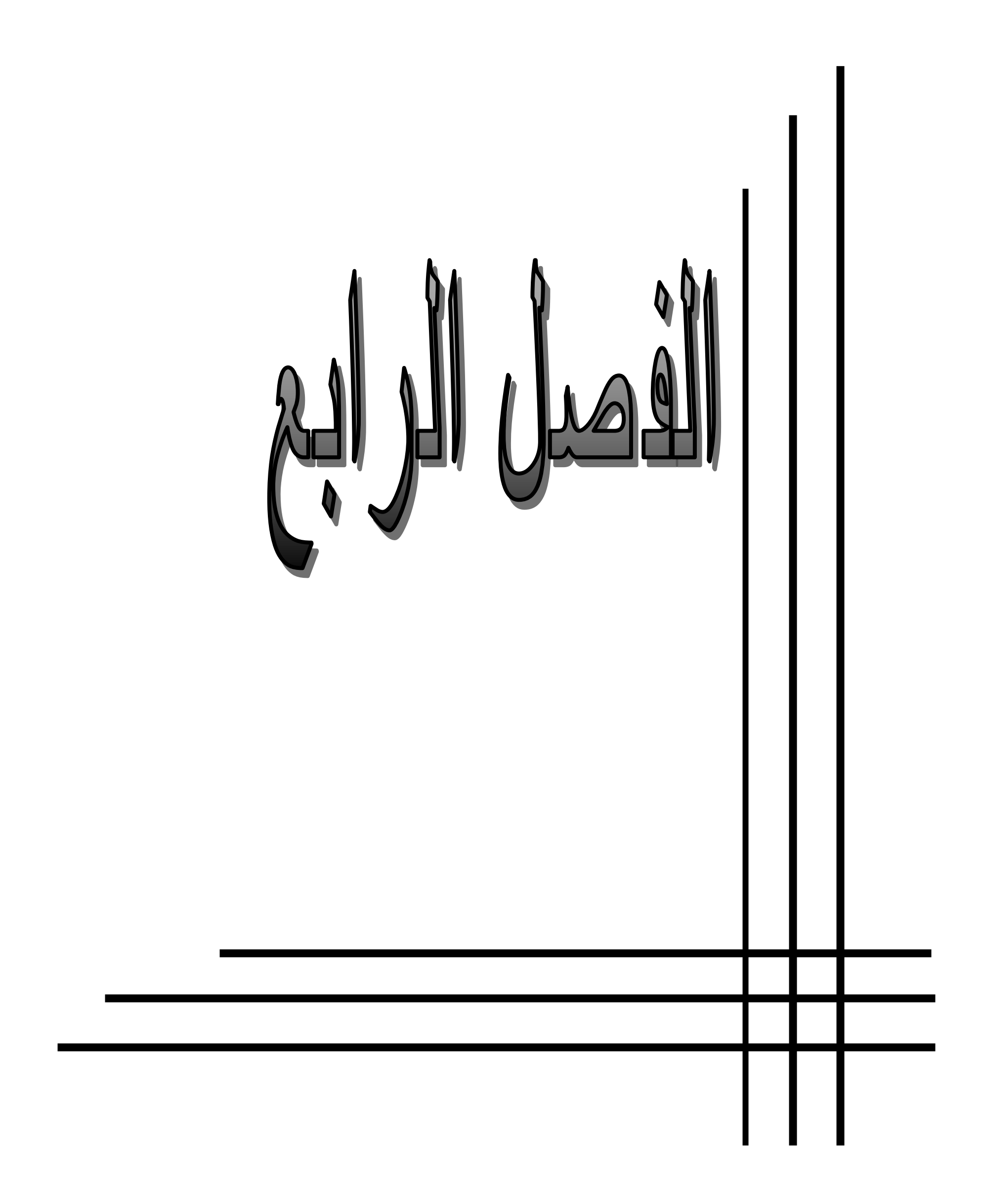
الدورات البرنامجية :

وتتبع محطات الاذاعة والتليفزيون فى تخطيط برامجها تقيم السنة الى دورات برنامجية خلال فترات زمنية ، ويمكن للدورة ان تغطى فترة تتراوح فى الغالب بين ثلاث أشهر ، او أربعة أشهر ، او كل ست شهور ، وقد تكون هناك فترات اقل ، منها ما يصل الى أربعين يوما ، كفترة الحداد على رئيس الجمهورية السابق ، او شهرا ، كما فى المناسبات الهامة فى حياة الشعوب ، كموسم الحج فى المملكة العربية السعودية مثلا ، او فى شهر رمضان فى الكثير من الدول العربية والإسلامية ، او فترات اقل كما فى المناسبات المتوقعة كالأعياد والمناسبات الهامة ، والإحداث الطارئة فى حياة الشعوب .

ويراعى عند التخطيط لكل دورة أراء المستمعين والمشاهدين , وحاجاتهم واتجاهاتهم وقيمهم وأنماطهم الثقافية واهتماماتهم ورغباتهم والمناسبات الهامة فى حياتهم وتقارير المتابعة البرنامجية ، ونتائج الدراسات والبحوث التى تهتم بجمهور المستمعين والمشاهدين ، او تحليل مضمون البرامج او المتصلة بكل ما يتصل بواقع العمل الاذاعى او التليفزيونى , ويراعى لى كل دورة ضرورة تنويع البرامج وتوزيعها والتنسيق والتكامل فيما بينهما لتحقيق الاهداف الموضوعة لجذب المستمعين والمشاهدين ومراعاة الظروف المناسبة والساعات الملائمة طوال اليوم ، او أيام الأسبوع

وتقدم لجنة البرامج خطة الدورة الى التنسيق والتنفيذ وتشتمل الخطة البرامجية او ما تعرف بخريطة على كل التفاصيل الخاصة بأسماء البرامج ، ومواعيد إذاعتها ومددتها ، ويتخذ التنسيق والتنفيذ كفة الإجراءات اللازمة من ناحية الإعداد

واستيفاء كافة المعلومات والبيانات الموضوعية والفنية اللازمة لبث البرنامج وهو بدورة يصدر برنامجا يوميا يتضمن هذه البيانات والتفصيلات وهو ما ينشر فى الصحف اليومية او الدوريات على اختلافها قبل موعد إذاعتها بوقت كاف.


الفصل الرابع

الأهداف الإجرائية

بعد دراسة هذا الفصل ينبغي أن يكون الدراس قادراً علي :

1. الوظيفة الإخبارية للراديو
2. التحديات التي واجهت الإذاعة في عصر الأقمار الصناعية
3. الإذاعات الموجهة والخدمة الاخبارية
4. المواد الإخبارية في الإذاعة
5. أشكال ال معايير اختيار الأخبار
6. مواد الاخبارية في الإذاعة

الوظيفة الإخبارية للراديو

تعد وسائل الإعلام الجماهرية قنوات وأدوات للربط بين النظم السياسية والمواطنين في أي مجتمع ومن خلال تلك القنوان يستقي الناس معلوماتهم وخبراتهم, وتقوم تلك القنوات إلي جانب ذلك بدورها كأداة للتنمية السياسية.

ويختلف الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام باختلاف المجتمعات وطبيعة النظام القائم فيها ,فهي تقوم بدور الرقيب والملاحظ في مجتمع ما, وقد تكون أداة في يد القوي السياسية في مجتمع آخر .

وتعتبر المواد الاخبارية في وسائل الإعلام هي الأساس لقيام تلك الوسائل بوظيفتها السياسية والدعائية في المجتمع.

وتفرد مختلف وسائل الإعلام مساحات واسعة من المواد والبرامج التي تقدمها للمواد الاخبارية , بحيث يمكن القول إن "الأخبار" هي الدعامة الاساسية للعمل الإعلامي سواء في الصحافة أو الاذاعة أو التليفزيون أو شبكة الإنترنت.

ولقد اكتسب الراديو منذ اختراعه في العشرينات من القرن الماضي أهمية خاصة ومتميزة بوصفه واحد من أهم مصادر الأخبار لدي الجماهير في مختلف المجالات.

ففي الوقت الذي استمرت فيه الصحافة تسيطر علي الرأي العام في أوربا والولايات المتحدة الأمريكية وتمده بالمعلومات والأخبار والمواد الترفيهية, أعلن القرن العشرين عن عصر جديد من الإعلام الاليكتروني الذي أحدث طفرة حقيقية في عالم الاتصال والعادات الاتصالية للناس وكانت باكورة هذا الإعلام ظهور الراديو.

ولقد حظيت الإذاعة الصوتية بالعديد من الاختراعات الحديثة التي طورت من عمليات الارسال والاستقبال مما زاد من تأثير الراديو كأحد أهم وأخطر وسائل الإعلام الحديثة وأكثرها تأثيراً.

وسرعان ما أدركت دول العالم – علي اختلاف أنظمتها وفلسفاتها– ذلك الدور الهام الذي يمكن للراديو القيام به فسارعت بإنشاء المحطات الاذاعية لمخاطبة جماهيرها, واستخدمته كوسيلة من وسائل شرح سياساتها والدفاع عنها, وكسب التأييد للحكومات والاحزاب الحاكمة.

ولقد اصبحت "الإذاعة" أحد مظاهر استكمال سيادة الدولة , فكما تحرص الدولة علي أن يكون لها جيش وعلم ونشيد قومي, تحرص علي أن تكون لها إذاعة تتحدث باسمها !!

وفي ظل التطورات السريعة والمتلاحقة التي شهدتها وسائل الإعلام المسموعة والمرئية, وبسبب العديد من العوامل السياسية, لم يعد النشاط الإذاعي لأية دولة قاصرا علي تقديم خدماتها الإذاعية علي المستوي المحلي أو من خلال المحطات القومية فحسب, بل امتد هذا النشاط ليشمل توجيه إذاعات عبر الحدود الدولية لمخاطبة الشعوب الحكومات الموجهة وسيلة فعالة من وسائل الإعلام والدعاية الدولية, وميدانا للصراع والمنافسة بين الدول . وبفضل تسابق الدول لإقامة إذاعات موجهة, أضحي الراديو سلاحا هاما من أسلحة الدبلوماسية المعاصرة, يتخطي الحدود, ويصل إلي الجماهير الأجنبية فيؤثر فيها, وينشر أفكار وأيديولوجيات الدول أو الحكومات التي يتحدث بأسمها.

ورغم تعدد أنماط وأشكال الإذاعات الموجهة, واختلاف الأهداف التي أنشئت من أجلها, فإن "الأخبار"هي المادة الأساسية التي تقدمها معظم تلك الإذاعات, كما أن ارتباط الناس بتلك الإذاعات واقبالهم عليها إنما يرجع في الأساس إلي رغبتهم في الحصول علي المواد الإخبارية.

ولقد كان الراديو –بخدماته المختلفة– ولا يزال أكثر وسائل الإعلام انتشار وأقلها تكلفة. ومن ثم اعتبره المثيرون الأداة السحرية التي حررت الاتصال من القيود التي جعلته محدودا قبل ظهور تلك الوسيلة وفي عضون سنوات قليلة اتخذ الراديو لنفسه مكاناً بارزاً إلي جانب العديد من الابتكارات التي دعمت مكانته ونوعت استخداماته. وأصبح بمقدور الراديو أن يؤدي العديد من المهام والوظائف التي تستطيع الصحافة القيام بها.

ولقد ظل الراديو متربعا علي عرش وسائل الإعلام أكثر من عشرين عاما حتي ظهر التليفزيون, ذلك المنافس الخطير والبديل الأكثر قوة وتأثيرا وحيوية . وظن البعض أن ظهور التليفزيون هو الضربة القاضية التي سوف تطيح بالراديو إلي الأبد.

ولم يكن هذا التوقع سليما إلي حد بعيد.... صحيح بدأ يعاني بعض الإهمال, ولكنه لم يفقد شعبيته ومكانته بل أجبر علي أن يجد مجالات جديدة يستطيع من خلالها أن ينافس ويلبي احتياجات يصعب علي التليفزيون تلبيتها. ورغم كل ما تعرض لو الراديو من عقبات ومنافسات من جانب وسائل الاتصال الأخري, فانه ظل شامخا قويا ومحتكرا "للوظيفةالأخبارية" في كثير من المجتمعات , ولاسيما في الدول النامية والفقيرة.

وينطبق الراديو في هذا الشموخ وتلك القوه من عناصر قوته الذاتية ومميزاته الخاصة, وما يتمتع به من خصائص وصفات لعل من أهمها :

(1) التغطية الواسعة:

استطاع الارسال الإذاعي أن يتخطي الحدود, ويعبر العوائق والمواقع الطبيعية مما يضمن انتشارا أوسع للرسالة الإذاعية. ولقد أضافت الموجات القصيرة بعدا جديدا لهذه الميزة, إذ لم يعد النشاط الإذاعي لأية دولة قاصرا علي تقديم خدماتها الإذاعية علي المستوي المحلي أو الاقليمي أو من خلال المحطات الوطنية فحسب , بل امتد النشاط الإذاعي ليشتمل توجيه إذاعات عبر الحدود لمخاطبة الشعوب في الدول الأخري من خلال الإذاعات الموجهة.

(2) تخطي حاجزي الأمية والفقر:

كانت الامية والفقر أكبر عقبتين هددتا شعبية الاتصال وأعاقتا انتشار وسائله. ذلك أن الصحافة والمواد المطبوعة تحتاج إلي معرفة القراء, ومن ثم فان الأميين خرجوا من دائرة تأثيرها بشكل كبير. كما أن ارتفاع أسعار الصحف جعلت من الصعب حتي علي المتعلمين شراء واقتناء الجرائد والمجلات التي تصدر في بلدانهم بشكل دوري.

وعندما ظهر التليفزيون قدم خدمة إعلامية هائلة لكل المشاهدين من متعلمين وأميين علي حد سواء.. إلا أن ارتفاع أسعار أجهزة الاستقبال جعل الفقراء خارج دائرة التأثير بشكل ما. وعندما نجحت الشركات المختلفة في إنتاج أجهزة استقبال تليفزيونية شعبية ورخيصة, انتشر التليفزيون بسرعة هائلة حتي في أوساط الفقراء ومتوسطي الخل, ولكن سرعان ما ظهرت القنوات الفضائية ومن بعدها الخدمات التليفزيونية المخصصة والمشفرة مما أبعد الفقراء مرة أخري عن دائرة تأثير التليفزيون, وإذ لم تؤد الثورة التكنولوجية الهائلة التي لحقت بالتليفزيون إلي ردم الفجوة بين الأغنياء والفقراء كما كان متوقعا , بل زادت تلك التكنولوجيا من عمق هذه الفجوة!!

ولقد ظل الراديو هو الوسيلة الارخص بين كل وسائل الإعلام حتي الآن واستطاع أن يتخطي عقبتي الأمية والفقر, إذ امنه مخاطبة الاميين الذين لا يستطيعون الاعتماد علي الصحف أو الكتب او المواد المطبوعة كمصادر للمعلومات والأخبار, كما امكنه مخاطبة الفقراء الذين لا يستطيعون امتلاك التليفزيون بخدماته المختلفة, كما لا يمتلكون ترف الذهاب إلي السنما أو التعامل مع شبكة الانترنت نعم إن الراديو لا يزال الوسيلة الإعلامية الوحيدة المتاحة وبسهولة أمام كافة شرائح المجتمع.

(3) ذاتية الراديو كوسيلة اتصال:

يتميز الراديو بكونه وسيلة اتصال ذاتية رغم أنه يخاطب الملايين في نفس الوقت, وتعطي هذه الميزة الراديو القدة علي احتواء المستمع بشكل عميق, وتشجيعه علي التخيل والمشاركة في الرسالة الإعلامية.وهي مزايا ربما لا تتوفر لغيره من وسائل الاتصال. ويستعيض الراديو بذلك عن مخاطبته لحاسة واحدة هي "السمع" حين يخاطب ملكة الانسان اللامحدودة وهي "التخيل" والأمر الذي يجعل الراديو أكثر قدرة علي التأثير والإقناع. فالمستمع يركز بحاسة السمع, ويعمل ملكة التخيل ليسهم في فهم ما يقال.

وفي إطار ذلك يبرز الراديو كأصلح وسيلة للاستهواء والإيحاء. ويتفق الراديو في ذلك علي التليفزيون الذي يجسد الأشياء ويوقف ملكة التخيل لدي المشاهد, لأنه كافة الأحداث والمواقف ليتلقاها المشاهدون جاهزون دون مشاركة من جانبهم سوي المشاهدة فحسب

(4) قابلية الراديو للتصديق:

ليس من شك في أن نجاح عملية الاتصال يتناسب طرديا مع درجة الثقة التي يتعامل بها الناس مع مصادرهم , ومدي اقتناعهم بما يقولون. فالمصادر الثقة يؤثر تأثيرا كبيرا في مدي فاعلية الرسالة الاتصالية.

وينبع مقياس الثقة من الصفات الخاصة للمصدر, وقدراتة وعلاقته بالجمهور , إلي جانب أهمية موضوع الاتصال, وكيفية صياغة رموزه وترتبط ثقة الجماهير في مصادرها ارتباطا وثيقا بمدي قابليتها للتصديق, ومن ثم قدرتها علي الاقتناع.

ولقد أثبتت العديد من الراسات المكانية الكبيرة التي يحتلها الراديو كأحد أهم مصادر الثقة التي يحترمها الناس ويقدرنها ولا سيما في الدول النامية ومن ثم زادت قدرته الإقناعية وقابليته للتصديق. وربما كان من اسباب ذلك اعتبار "الإذاعة"–في تلك المجتمعات– لسان حال الدولة والناطق بأسمها.

(5) تنوع جمهور الراديو:

يتميز الراديو- كوسيلة إعلام-بأنه يخاطب مختلف قطاعات الجمهور بكل فئاته،مما يضمن له قدرة اكبر علي النفاذ والتأثير في المجتمع. كما ان امتداد فترات الرسال الإذاعي يتيح له فرصة والوصول لجمهوره في كل الأوقات ويحقق امتداد ساعات الارسال فرصة أكبر لتنوع البرنامج والمراد الإذاعية بما يلاءم أذواق واحتياجات ورغبات المستمعين علي اختلافهم.

ومن خلال تلك الصفات والمميزات التي يتحلي بها الراديو ويتفوق فيها علي غيره من وسائل الإعلام الأخرى, جاءت أهمية دوره في تنمية المجتمعات النامية والنهوض بها.

واصبح تقديم تلك المجتمعات مرتبطا إلي حد بعيد- بمدي نجاح وتوظيف وسائل الإعلام فيها وخاصة الراديو وإذا كانت الإذاعة المركزية لا تستطيع القيام-وحدها- بهذا الدور فقد جاء إنشاء الإذاعات الإقليمية والمحلية ليتيح فرصا أكبر للراديو للتأثير والنجاح.

التحديات التي واجهت الإذاعة في عصر الأقمار الصناعية:

رغم أهمية الخصائص التي يتمتع بها الراديو والذي جعلته مازال منافساً لغيرة من وسائل الاتصال, ومتمسكا بمكانته فإن العديد من التحديات واجهت الراديو في العصر الحديث, كان من أهمها وأكثرها تأثيرا تلك الطفرة الهائلة من تكنولوجيا الاتصال التي لحقت بالخدمة التليفزيونية وما حملته الأقمار الصناعية من قنوات فضائية عامة ومتخصصة , حكومية وخاصة, مفتوحة ومشفرة تأتي من كل انحاء العالم لتخاطب مختلف الشعوب مباشرة ودون استئذان, وتقتحم علي الناس بيوتهم وغرف معيشتهم , مما يجعلنا نقول إنه بفضل السماوات المفتوحة وتكنولوجيا الأقمار الصناعية وشبكة الانترنت أصبح العالم"غرفة معيشة " صغيرة يوثر كل فرد فيها ويتأثر بما يحدث في أرجائها.

...نعم لقد هددت التكنولوجيا الحديثة مكانة الراديو وهزت عرشه وقللت من حجم جماهيريته وقوة تأثيره حتي في مجال الخدمة الإخبارية, إذ قدم التليفزيون خدمة إخبارية مصورة تنقل الأحداث فور وقوعها الصوت والصورة والالوان والحركة فيشعر المشاهدون أنهم جزء من الحدث يتابعونه لحظة بلحظة حتي أن تعرف الخبر اختلف بعد ظهور البث المباشر عبر الأقمارالصناعية ليصبح هو " ما تشاهده يقع أمامك الآن"

ولقد أدي هذا التهديد إلي سعي دؤوب من جانب المؤسسات والهيئات الإذاعية في مختلف دول العالم إلي البحث عن الحلول التي تضمن الاذاعة موجهة سليمة لتلك التهديدات والعقبات, وتتيح فرصة أمام الإذاعة للبقاء والمنافسة !!

ووضعت آليات مختلفة يكمن للإذاعة اللجوء إليها حتي تضمن لنفسها الاستمرارية.وكانت من بين تلك الآليات-:

(1) التخصص:

تختلف أذواق الناس واهتماماتهم بشكل كبير, الأمر الذي يجعل إرضاء كل الأذواق والاهتمامات غاية لا يمكن ادراكها أياً كانت امكانيات وقدرات وسيلة الإعلام.

كما أن بحث الناس عن المادة أو البرنامج الذي يرغبون فيه وسط كم هائل من المواد والبرامج الأخرى, يجعل مهمة الجمهور غاية في الصعوبة, ويؤدي إلي إهدار وقت الجمهور في البحث عن المادة التي يرغب فيها.

ومن هنا لجأت وسائل الإعلام إلي التخصص أي تقديم مادة أو برامج متخصصة تهم قطاعات محدده من الجمهور, فظهرت الصحف المتخصصة في الرياضة او العلوم أو تلك التي تخاطب فئات محددة من الجمهور كصحف المرأة أو صحف الأطفال أو غيرها وكان ضروريا أن يلجأ الراديو لهذا النوع من التخصص والدقيق فظهرت

المحطات الدنيية, والمحطات الرياضية وغيرها أو المحطات التي تخاطب جمهورا محددا كإذاعات الشباب واذاعات مبار السن... وغيرها.

وقد اهتمت الإذاعة– منذ وقت بعيد – بتوجيه خدمات متخصصة في نوعية محددة من اهتمامات الجمهور فظهرت المحطات الإذاعية الموسيقية , وإذاعات الأخبار, وإذاعات تقدم الدراما فقط.

وهكذا أوجد الراديو انفسه مكانا هاما بتقديم خدمات متخصصة لاقت اقبالا كبيرا من جانب المستمعين.

(2) التوسع في انشاء الإذاعات الاقليمية والمحلية:

إن إحدي صور الدفاع التي لجأت إليها الإذاعة, هي التوسع في إنشاء خدمات إذاعية صغيرة رخيصة الثمن تخدم مدينة صغيرة أو حي صغير تحقق لسكان ما يرغبون فيه وما يحتاجون إلية من معلومات وأخبار وفنون. وتستطيع الإذاعة المحلية أن تجذب إليها الجماهير بشخصيتها المحلية وارتباط ما تعرضه من مواد وبرامج بحاجات الناس ورغباتهم.

ولقد توسعت الدول الأوربية في انشاء تلك الإذاعات التي تخدم قطاعات محدودة من السكان ففي إيطاليا–مثلا– أكثر من أربعة آلاف محطة إذاعية محلية , وفي بلجيكا أكثر نت 250 محطة إذاعية محلية.

ولا يتطلب إنشاء مثل هذه المحطات امكانيات كبيرة وهي تبث إما علي الموجات المتوسطة او موجات FM وقد صادفت المحطات نجاحا واسعا وانتشار كبيرا زاد من اقبال الناس علي الراديو والعودة غليه مرة اخري.

(3) إذاعة الخدمات:

مع تزايد المشكلات التي يواجهها الناس في حياتهم اليومية في مختلف المجتمعات وتصاعد وتيرة التحريات التي تواجهها الدول المختلفة والتي تنعكس علي حياة البسطاء

من شعوب تلك الدول, أصبح الناس بحاجة ماسة لمن يناقش مشكلاتهم ويساعدهم علي مواجهة واقعهم.

ومن هنا يسعي الجمهور إلي وسائل الإعلام التي تقدم له خدمات, وتقدم له المعلومات الواقعية والدقيقة عن كل ما يؤثر في حياته اليومية، ومناقشة واقعه وما يكتنفه من مشكلات بغية ايجاد الحلول.

ومن ثم كانت إحدي آليات بقاء الإذاعة في عصر التحديات التكنولوجية التوسع في تقديم برامج الخدمات التي تسلط الأضواء علي المشكلات التي يعني منها ومحاولة التصدي لحلها, وهو دور هام وخطير ينتظر الناس من الإذاعة القيام به .

ولذلك تخطي برامج الخدمات التي تقدمها الإذاعة بشعبية واسعة من جانب المستمعين حتي ولو لم تستطيع الإذاعة حل المشكلان التي يعرضها المستمعون.

فبرنامج " همسة عتاب" الذي تقدمه إذاعة البرنامج العام في مصر يحظي بمتابعة جيدة واقبال كبير من جانب المستمعين لأنه يفتح قلبه لمشكلات الناس , ويعرضها بأسلوب درامي شيق, ويتابع حل هذه المشكلات مع المسئولين في مختلف مجالات الشكاوي المقدمة.

كما أن اهتمام الإذاعة بتقديم أخبار عن أسعار السلع والخدمات المختلفة ,عامل من عوامل اقبال الناس علي الإذاعة كما حققت الإذاعات التعليمية التي تقدم خدمة تعلمية مجانية للطلاب في مختلف المراحل نجاحا كبيراً للإذاعة زادت من اقبال الناس علي الاستماع إليها.

(4) فتح المجال أمام مشاركة الجمهور:

يسعد الناس كثيرا حين يجدون أنفسهم في وسائل الإعلام, أي حين تكون تلك الوسائل تعتبر دقيقا عن واقع هؤلاء الناس.

ومن هنا تلجأ وسائل الإعلام المختلفة إلي اتاحة فرصة أمام الجمهور العام للمشاركة بالكتابة في تلك الوسائل أو الحديث والاتصال معها. ويعد تعظيم المشاركة الجماهيرية في برنامج الإذاعة "إحدى أهم آليات دعم مكانة الإذاعة وقدرتها التنافسية. فالناس تحب أن تسمع نفسها في الإذاعة, وتحب أن تشارك في البرامج الإذاعية.

ولقد اهتمت الإذاعات المختلفة بزيادة مساحة البرامج التي يشارك الجمهور فيها كبرامج المسابقات, وبرامج ما يطلبه المستمعون, والفترات المفتوحة التي تعتمد علي الاتصالات الهاتفية من المستمعين الذين يشاركون- بأنفسهم- في اختيار فقرات البرامج.

(5) بث الإذاعة عبر الاقمار الصناعية:

لم تحرم الاذاعة من الإفادة من التكنولوجيا الحديثة التي جاءت بها الأقمار الصناعية وشبكات المعلومات , بل استطاعت الإذاعة أن تمد خدماتها عبر الأقمار الصناعية لتصل إلي كل بقعة في العالم بصوت أقوي وأكثر نقاء". وأنشئت العديد من الإذاعات الدولية التي تبث إرسالها علي الأقمار الصناعية جنبا مع القنوات التليفزيون مما أدي لانتشار أوسع لتلك الخدمات.

(6) إنشاء مواقع علي الانترنت للإذاعات:

لجأت العديد من الإذاعات إلي إنشاء مواقع لها علي شبكة الانترنت في محاولة للحاق بعصر تكنولوجيا الاتصال لضمان قاعدة أوسع من الجمهور, وتكون بعض هذه المواقع تكرارا مماثلا لما تقدمه الإذاعات من مواد وبرامج, والبعض الآخر مواقع تتبع الإذاعات ولكنها تقدم أخبارا وموضوعات جديدة ومختلفة عما تقدمه الإذاعة في ذات الوقت , ولكنها تحيط المتابعين لها بأحدث وآخر التطورات في الأحداث.

وقد سبقت الإذاعات العالمية بإنشاء مثل هذه المواقع منذ سنوات كهيئة الإذاعة البريطانية وإذاعة صوت أمريكا ومعظم الإذاعات الأوربية, كما قامت الكثير من

الإذاعات العربية بإنشاء موقع لها علي شبكة الانترنت في سباق محموم لوصول خدماتها إلي قطاع أوسع من المستمعين.

(7)تطوير الخدمة الإخبارية :

لقد كانت الخدمة الإخبارية علي مدي سنوات طويله إحدى أهم الميزات النوية للإذاعة علي غيرها من وسائل الأعلام. إلا أن تطور أساليب تقديم الأخبار في التليفزيون بقنواته المختلفة أرضية وقضائية سحب البساط من اقدام الراديو عندما يقدم خدماته الإخبارية بشكل تقليدي. فأخبار التليفزيون أكثر اثارة وتشويقا. وكان لابد للراديو أن يلتفت إلي أهمية تطوير خدماته الإخبارية ليبقي منافسا للتليفزيون وذلك مكن خلال الاهتمام بزيادة عدد المراسلين الذين يجمعون الأخبار من مواقع حدوثها في مختلف عواصم العالم إلي جانب الاهتمام بمختلف أنواع الأخبار الاجتماعية والإنسانية والرياضية وعدم التوقف عند الأخبار السياسية فحسب.

كما تسعي المحطات الإذاعية إلي دعم النشرات الإخبارية بتقارير إخبارية ومسامع صوتية– من موقع الأحداث مما يضمن حيوية أكبر علي تلك النشرات.

كما تهتم الإذاعات بتقديم خدماتها الإخبارية القصيرة علي مدار الساعة لتحقيق للمستمعين معرفة الأحداث أولا بأول.

(8) الاهتمام بتطوير البحوث الإذاعية:

لم يعد الإعلام عملا عشوائيا يعتمد علي الخبرة واللباقة فقط هو علم له قواعده وأصوله.وفي ظل المنافسة الشديدة بين وسائل الإعلام المختلفة, أصبح ضروريا أن تلك الوسائل في وضع خطط برامج علي البحوث العلمية سواء المكتبية أو الميدانية بشكل كبير. وذلك لتمدها بمدي جماهيريتها , ومدي رضا الجمهور عما تقدمه, ومعرفة موقعها بين وسائل الإعلام الأخري المنافسة.

ومن هنا يجب علي الإذاعة أن تطور من البحوث التي تجربها غلي مستمعيها , وأن تعهد بإجراء تلك البحوث لجهات علمية محايدة تقدم لها الحقائق والمعلومات الصحيحة من واقع دراسات علمية منهجية موثقة للتعرف علي مكانتها الحقيقة, حتي تستطيع أن تطور من نفسها.

أما ما تقوم به بعض الإذاعات من انشاء وحدات للبحث تقوم بإجراء البحوث والدراسات الميدانية فإنه امر تختلف الآراء حوله , فالباحثون في تلك الوحدات هم موظفون في الإذاعة ويهتم أن تكون نتائج البحوث في صالح إذاعتهم من ثم فإن ما تقدمه تلك البحوث من نتائج كثيرا ما يكون محل شك يحتاج دليل قوي علي صحته.

الإذاعات الموجهة والخدمة الاخبارية :

لقد أدي التطور السريع في مجال العمل الإذاعي إلي تطور الخدمة الإخبارية إذ تمكنت محطات الراديو من نشر مراسليها في كل مكان, ما طور أساليب الإذاعة في تقديم الاخبار من مواقع الأحداث. كما تمكنت الإذاعة من نقل تصريحات رجال السياسة بأصواتهم, وقدمت التعليقات والتحليلات والبرامج الاخبارية المتخصصة. ولقد أدي تعقد الأحداث الدولية وتشابكها , ومن ثم تعقد الممارسات السياسية, وصعوبة متابعة التطورات في مختلف دول العالم إلي تصاعد الحاجة لإمداد المواطنين في الدول المختلفة بمعلومات عن تلك الأحداث. وكان لابد من الاعتماد علي وسيلة إعلامية تتسم بالسرعة والمرونة والقدرة علي الاتصال بكافة أنحاء العالم في أي وقت وتحت أية ظروف.

ومن هنا برزت أهمية الراديو لممارسة تلك الوظيفة وأولت المحطات الإذاعية سواء علي المستوي المحلي أو الدولي أهمية خاصة بالمواد الإخبارية سواء من خلال نشرات الأخبار أو البرامج الإخبارية وتعد نشرات الأخبار من بين أكثر المواد الإذاعية شعبية.

ومنذ بدأت الإذاعات الموجهة تجاربها في البث علي الموجات القصيرة ادركت أهمية المواد الاخبارية لأداء وظيفتها فأفردت لها ساعات طويلة من الارسال بل إن الدولة الكبري حين بدأت في توجيه إذاعتها لمخاطبة الشعوب خارج حدودها إنما قصدت– وبالدرجة الأولي– تزويدها بالأخبار التي تريد منهم أن يعرفوها أي أن "الأخبار" كانت المبرر الأصلي والدافع الرئيسي لإنشاء تلك الإذاعات من وجهة نظر الدول الباثة ،كما أن المواد الإخبارية تأتي في مقدمة المواد التي يطلبها مستمعو الإذاعات الموجهة في مختلف أنحاء العالم.

وتختلف طبيعة ممارسة الراديو لوظيفته الإخبارية في الإذاعات المحلية عنها في الإذاعات الموجهة نظرا لاختلاف ظروف كل منها واختلاف جمهورها. فالإذاعة وهي تمارس دورها الإخباري علي المستوي الدولي ترمي إلي تحقيق هدفين رئيسيين–:

(1) تعزيز مكانة الدولة الباثة وثقافتها لدي الجمهور المستقبل وتقديم صورة جدية عن شعبها لدي الشعوب الأخري.

(2) حث الجماهير في الدول المستهدفة إلي تفهم صورة دقيقة عن الدولة التي تبث الإذاعة وسياستها

ونظرا لخطورة واتساع الوظيفة الاخبارية التي تقوم بها الإذاعات الموجهة علي المستوي الدولي, وإمكانياتها في نقل الأخبار وتلوينها, فقد لجأ البعض إلي تسميتها" بالإستعمار الثقافي" إذ لا تقوم الإذاعة – هنا بمجرد نقل الأخبار والأحداث بموضوعية وحياد, بل تلجأ إلي تلوين الأخبار ولي الحقائق لإبراز وجهة نظر معينة تخدم مصالح وقوي بعينها علي حساب دول وقوي أخري!!

وتحتل البرامج الاخبارية بمختلف أنواعها نسبا طويلة علي خريطة البرامج في أية إذاعة موجهة, إذ يندر أن تقل نسبة ما تقدمه الإذاعات الموجهة من مواد اخبارية عن 54%من جملة ساعات الارسال كما أن معظم المواد الأخري التي تقدمها تلك

الإذاعات إنما تهدف إلي جذب عدد أكبر من المستمعين لمتابعة المواد الإخبارية التي هي وظيفتها الأساسية.

فعندما بثت الولايات المتحدة الامريكية محطة إذاعة سوا في أعقاب الحرب ضد العراق بهدف مخاطبة الشباب العربي في محاولة لتحسين صورة أمريكا لدي المواطنين العرب قدمت الإذاعة أغنيات عربية وأجنبية علي مدي ساعات ارسالها لجدب عدد أكبير من الشباب العربي المحب لهذه النوعية من المواد الإذاعية إلا أن إذاعة سوا تغفل أن تتخلل تلك الأعنيات التي تقدمها نشرات إخبارية قصيرة لا تخلو من دعاية صريحة للسياسة الأمريكية !!

وهكذا فقد أصبحت الإذاعات الموجهة- ولا سيما تلك القادمة من الدول الكبري – صورة من صور عدم التوازن في مجال التبادل الاخباري بين الدول التي تملك والدول التي لا تملك . ويتضح ذلك من عدة نقاط:

(1) أن الدول الصناعية الكبير تبث أكبر عدد من ساعات الارسال الموجة المخاطبة الشعوب الأخرى, وتتمتع إذاعاتها الموجهة بإمكانيات فنية ضخمة إلي جانب ما تملكه تلك الدول من وسائل الإعلام الأخرى التي تلعب دورها في عدم التوازن كالصحف ووكالات الأنباء والسينما والواقع التي تبثها علي شبكة الانترنت .ثم أن الدول الكبري التي تسيطر علي وسائل الانتاج وتملك حق تصديرها الي العلم أصبحت تسير علي محتوي وسائل الإعلام وتتحكم في تدفق الأخبار والمعلومات بالصورة والكم والذي يخدم مصالحها.

(2) أن الإذاعات الموجهة من الدول الكبير تملك إمكانيات تكنولوجية وفنية ضخمة تتيح لها فرصة الانتشار والوصول إلي جماهيرها المستهدفة أيا كانت مواقعها وذلك سواء علي مستوي محطات البث والارسال والامكانيات الهندسية او علي مستوي تخطيط البرامج وأساليب تقدمها بما يلاءم المستمعين.

فعلي الجانب الهندسي يلاحظ أن الإذاعات التي تعتمد في توجيهات إلي الخارج والتي تبث علي الموجات القصيرة ليس لها إلا جمهور صغير ونظرا لصعوبة التقاط تلك الموجات وما يرافق الاستماع إليها من ضوضاء وتشويش. لذا فان الإذاعات الموجهة وخاصة من الدول الكبري تستخدم الموجات المتوسطة إلي جانب الموجات القصيرة بما يضمن لها انتشارا أوسع بينما يندر أن تستخدم الإذاعات الموجهة من الدول النامية الموجات المتوسطة في البث.

ومع التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الاتصال وأصبحت الإذاعات الموجهة من الدول الكبير تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية مما يزيد من قدراتها علي الوصول إلي أوسع من المستمعين, كما تطلق تلك الإذاعات ذات الامكانيات الهائلة مواقع لها علي شيكات الانترنت , بينما لا تستطيع ذلك الاذاعات الموجهة التي تبثها الدول النامية مثلا!!

أما مع الجانب الآخر والمتعلق بتخطيط البرامج فإن أهم عوامل نجاح الإذاعات الموجهة هو وجوب مخاطبة الجمهور المستقل بأسلوب يتوافق مع ثقافة وقدراته وأن تكون الإذاعة علي معرفة تامة بالجمهور الذي تخاطبه تمهيدا لوضع الخطط واقامة جسور الثقة مع هذا الجمهور.

وتعتمد المؤسسات الإذاعية- في الدول الكبري- علي وسائل عديدة للتعرف علي خصائص الجمهور المستهدف وأذواقه واحتياجاته, وذلك من خلال بحوث واستطلاعات ودراسات علمية تشرف عليها جهات علمية متخصصة.

وكل هذه الاساليب تحتاج إلي تكاليف باهظة سواء الجهد أو الوقت الإمكانيات. الأمر الذي لا تستطيع الإذاعات الموجهة من الدول النامية أن تتحمله. ومن ثم فهي غالبا ما تعمل في الظلام إذ تخاطب جمهوراً مجهولاً لا تعرفه علي وجه التحديد.

(3)إن هيمنة الدول الكبري وسيطرتها علي وكالات الأنباء العالمية ووسائل الإعلام المسموعة والمرئية يجعلها تتحكم في الكمية والكيفية التي تنقل بها تلك الوسائل والأنباء والمعلومات إلي دول العالم الثالث, مما يشكل نوعاً من الاحتكار الاخباري والتحيز في التغطية الإخبارية فهناك تباين سافر في نوع التغطية الاخبارية للأحداث الدولية.

ولا تزال وسائل الإعلام العالمية– ومن بينها الاذاعات الموجهة من الدول الكبري– تولي اهتماما كبيرا بأنباء الدولة الكبري وتركيز عليها في حين تعكس تلك الوسائل أنباء الدول الاقل تقدما بصورة متحيزة وغير متوازنة مما يشوه جهود التنمية في تلك الدول ويضعف ثقة شعوبها في أنفسهم وفي حكوماتهم .

ولقد وجدت الإذاعات الموجهة من الدول الكبري في الدولة النامية المناخ المناسب لنجاح وظيفتها الاخبارية وتغلغلها كمصدر من مصادر تزويد الشعوب في تلك الدول بالأنباء والمعلومات .

بل إنه كما يقول بعض خبراء الإعلام فإن مستقبل العمل الإذاعي يكمن في الإذاعات الموجهة من أوروبا صوب الدول النامية، ذلك أن هذه الدول لاتزال أمامها سنوات طويلة من الاعتماد علي الراديو كوسيلة إعلام أساسية، في حين فقد الراديو مكانته وبريقه في كثير من الدول المتقدمة .

ولعل ذلك راجع لطبيعة واختلاف ظروف المجتمعات في الدول المتقدمة عنها في الدول النامية، فالمجتمعات المتقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية مثلاً تعيش ما يمكن أن نطلق عليه مجتمع "الوفرة الإعلامية" إذ يمكن للمواطن الأمريكي أن يتعرض لمئات الصحف الأمريكية ،ولمئات الإذاعات والقنوات التليفزيونية الأمريكية وهو محاصر بعدد كبير من المصادر التي تزوده بالأخبار والمعلومات والحقائق دقيقة بدقيقة بسهولة ويسر. فما الذي يدفع هذا المواطن للاستماع لإذاعة موجهة تبثها دول أخري؟

أما المواطنون في الدول النامية فهم يفتقرون إلي مصادر إعلام جيدة،إذ تسيطر الحكومات علي وسائل الإعلام بصورة كبيرة ولا تسمح لها بالتغطية الإخبارية إلا وفق سياسة صارمة تسعي من ورائها لتحقيق مصالحها العليا بصرف النظر عن مدي اختلافها أو اتفاقها مع مصالح المواطنين.

كما أن مستوي أداء وسائل الإعلام المحلية في الدول النامية يعاني نقصاً حاداً في الإمكانيات المادية والبشرية مما يؤدي إلي عزوف المواطنين في تلك الدول عن متابعة وسائل إعلامهم المحلية ، واللجوء إلي وسائل أجنبية لعلهم يجدون فيها ما يريدون الحصول عليه من أخبار ومعلومات .

إضافة إلي أن فقدان الثقة بين المواطنين ووسائل إعلامهم المحلية في الدول النامية يدفعهم إلي متابعة الأحداث عبر وسائل إعلام أجنبية من بينها الإذاعات الموجهة.

ويشير بعض الخبراء إلي نقطة أخري وهي أن التكوين الثقافي للشعوب في الدول النامية يسهم في مدي زيادة وخطورة الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام، فالإنسان العادي في الدول النامية يفتقر إلي القدرة والاستعداد لتكوين أراء حول المشكلات والأحداث البعيدة عن حياته اليومية المباشرة .. وعلي الرغم من وجود قشور خفيفة من القافة الحديثة، إلا أن الثقافة السياسية لازالت تقليدية لدي السواد الأعظم من أبناء الدول النامية.

وقد زاد من خطورة هذا الوضع ما يطلق عليه البعض نظريا (التبعية) والتي تعني أن الدول النامية ترتبط اقتصاديا وسياسيا وثقافيا بالعالم الرأسمالي المتقدم فالقوة السياسية في المجتمعات النامية تتسم بالتركيز الشديد في أيدي فئة قليلة تتحكم في مصادر القوة الاقتصادية ومصادر التعبير الثقافي . وهي فئة ترتبط مصالحها الحقيقية– بمصالح الدول الكبري حتي وإن حاولت إظهار عدائها لتلك الدول وذلك أن بقائها في كراسي السلطة مرهون بمدي رضا الدول الكبري عنها وعن سياساتها!!

ويتفق أولئك القائلون بنظرية(التبعية)علي مجموعة من العناصر الأساسية التي يمكن تلخيصها فيما يلي-:

وجود علاقة وثيقة بين البناء الاجتماعي والاقتصادي والبناء السياسي والثقافي في المجتمعات التابعة في العالم الثالث وارتباط ذلك بالنسق الرأسمالي.

الدور الذي تلعبة البرجوازيات المحلية في دول العالم الثالث التابعة في توجيه النظام السياسي والثقافي والإعلامي لخدمة مصالحها واستمرار علاقة التبعية.

ويترتب علي ذلك غياب المناخ الديمقراطي الذي يسمح لجميع القوي الاجتماعية بحرية التعبيروالمشاركة في الممارسات السياسية والثقافية والاعلامية وفي هذه الظروف لا تستخدم الديمقراطية إلا بالقدر الذي يسمح باستمرارية علاقات التعبية والتخلف.

وفي ظل هذه الظروف التي تمر بها الدول النامية فان وسائل الإعلام القادمة من الدول الكبري –ومن بينها الإذاعات الموجهة–حين تتحدث إلي الشعوب النامية فإنها تستطيع أن تحقق أهدافها وتخلق رأيا عاما إزاء ما تريد أن تثيره من قضايا وذلك أن عملية خلق الرأي العام تكون أقوي ما تكون عندما لا يتاح أمام الفرد أي مصدر آخر من مصادر المعلومات.

ومن ثم فإن الإذاعات الموجهة من الدول الكبري – بما تملكه من امكانيات فنية وتكنولوجية– تعد واحدة من أكثر وأهم الدول ونتيجة لظروف سياسية واقتصادية وثقافية متعددة لم تعد تستطيع الوفاء باحتياجات جماهيرها لمعرفة الاخبار ومن ثم تلجأ إلي وسائل إعلام خارجية .

الأخبار في الإذاعة و التليفزيون

تلعب وسائل الاعلام المختلفة دورا هاما كمصدر متجدد للأخبار والمعلومات السياسية بالإضافة الي دورها في إطار النظام الإعلامي كقنوات لنشر الثقافة السياسية ودفع الجماهير للاهتمام بالشئون السياسية والتخطيط والتنمية.

وهذا الدور لوسائل الإعلام هو دور رسمي في الغالب تقوم به تلك الوسائل بهدف إرسال مضامين سياسية واجتماعية معينة بقصد تحقيق وظائف وأهداف يسعي النظام القائم في المجتمع إلي تحقيقها.

وتعد البرامج الإخبارية من أهم نوعيات البرامج التي تقدمها الإذاعات وتفرد لها ساعات طويلة من ارسالها حتي أن الإذاعات الأمريكية والتي تقوم علي الإعلانات وتحقيق

الأرباح تولي هذه البرامج اهتماما كبيرا لإدراكها أنها تنافس في درجة الاقبال عليها برامج المنوعات الاستعراضية وهي أكثر البرامج شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية. لذا فقد أدخلتها الإذاعات التجارية كمادة أساسية وسرعان ما أثبتت هذه البرامج وجوهرها من حيث أنها تزيد من حجم جمهور الإذاعة. وتزيد من ارتباط الجمهور وولائة لها. وعن طريق زيادة الحجم والولاء تستطيع المحطة زيادة دخلها من الإعلانات.

وكشأن الإذاعة المركزية تعني الإذاعات المحلية بتقديم الخدمة الاخبارية بل يمكن القول أن هذه الخدمة هي أهم الخدمات التي تقدمها الإذاعات المحلية علي الاطلاق.

وينبغي ألا تشغل الإذاعة المحلية نفسها بمنافسة الإذاعة المركزية في تقديمها للخدمات الاخبارية وينبغي ألا تشغل الإذاعة المحلية نفسها بمنافسة الإذاعة المركزية في تقديمها للخدمة الاخبارية ذلك أن المستمع المحلي يريد من إذاعته المحلية نوعا مختلفا من الخدمة.

المواد الإخبارية في الإذاعة

تعد المواد الاخبارية واحدة من أهم المواد والبرامج التي تفرد لها الإذاعة بنوعيها المسموع والمرئي ساعات طويلة من إرسالها بهدف تقديم خدمات إخبارية منتظمة لمستمعيها ومشاهديها. بل يمكن القول إن " الأخبار هي الدعامة الأساسية للعمل الإذاعي . وأحد الأهداف الرئيسية والعامة التي تسعي الإذاعة إلي تحقيقها بأفضل الوسائل والإمكانيات .

ولكن ما المقصود بالمواد الإخبارية في الإذاعة؟

يمكننا القول إن هذه المواد هي مجموعة البرامج الواقعية التي تنقل وتناقش وتفسر الأحداث التي تقع في البيئة المحيطة وبالمستمع أو البعيدة عنه بهدف إعلامه بما يحدث في مجتمعه وفي العالم المحيط به وزيادة معارف واثراء معلوماته حول كل الأحداث.

وأيا كانت أشكال البرامج التي تقدم تلك المواد فإنها تسعي جميعها إلي تحقيق عدد من الأهداف التي لا تخرج عن كونها أهداف عامة يناط بالإذاعة تحقيقها ومن أهميتها -:

الأخبار -التفسير والشرح- التثقيف - التوجيه.

ومع التطور الكبير في ميادين الاتصالات التكنولوجية وما أضافته عقول العلماء من تطورات هائلة وسريعة وما تتمتع به الإذاعة من مميزات وإمكانيات ضخمة أصبح الراديو يحتل مكانة مرموقة كأداة إعلامية جديرة بتقديم المواد الإخبارية وأصبح الراديو- بعد سنوات قليلة من اختراعه -ينافس الصحافة في التغطية السريعة والمتميزة للأخبار.

يميل البعض إلي القول إن " المواد الإخبارية " في الإذاعة يمكن تسميتها بالصحافة الإذاعة في الراديو أو الصحافة الإذاعية في التليفزيون ويجعلون حجتهم في ذلك أن تلك التسمية تقابل " الصحافة المقروءة في الصحف.

والواقع أن هذه التسمية غير موفقة وغير دالة ولا يمكن الإعتماد علي صحتها ذلك أن لفظ " الصحافة المقروءة" لا يقصد به ما تقدمه الصحف من أخبار وتعليقات فحسب بل أنها تعني كل ما ينشر في الصحف من أخبار ومقالات وتحليلات ومواد ترفيهية وإعلانية وغيرها.

ومن ثم فان " الصحافة الإذاعية" بالقياس تعني كل ما تقدمه الإذاعة من مواد وبرامج أيا كانت أشكالها ومحتوراها واساليب تقديمها. ومن هنا يظل مصطلح "المواد

الإخبارية" هو الأفضل للدلالة علي ما تقدمه الإذاعة من مواد وبرامج تسعي إلي إخبار المستمع وتثقيفه وتوجيهه حول ما يقع حوله.

أو في العالم من أحداث في اطار السياسات التي تعمل الإذاعة من خلالها . وتلجأ بعض الإذاعات غلي اختصار تلك التسمية إلي "الأخبار" فتطلق علي الأقسام المخصصة لإنتاج تلك المواد والاشراف عليها أقسام الأخبار أو الشئون السياسية.

والواقع أن الصحافة كانت هي الاساس والمبدأ في تقديم المواد الإخبارية وأن كانت الإذاعة قد أخذت علي الصحافة تلك المواد إلا أنها أقلمت العملية الصحفية بحيث تخدم متطلباتها وتناسب امكانياتها. ومن ثم تظل هناك فروق ثابته ومذاق خاص يحدد لنا أوجه الاختلاف بين ما تقدمه الصحيفة وما تقدمه الإذاعية من مواد اخبارية باختلاف طبيعة كل وسيلة وامكانياتها

أشكال المواد الاخبارية في الإذاعة:

يمكننا أن نحدد أشكال المواد الإخبارية الإذاعية في أربعة مستويات وفقا للهدف الذي تسعي إلي تحقيقه-:

1- **النشرات الاخبارية:** وأساسها تقديم الأخبار واحاطة المستمع بما يقع من أحداث.
2- **التحليلات والتقارير الاخبارية:**وأساسها تقديم الشرح والتفسير عن الأحداث.
3- **التعليقات الاخبارية:** وأساسها تقديم الرأي ووجهات النظر حول الأحداث ودعوة الناس إلي تبني وجهة نظر معينة.
4- **برامج الشئون الجارية:** واساسها تقديم برامج الاحاديث والمقابلات والمناقشات الإذاعية بهدف اثراء معلومات الجمهور عن الاحداث والشئون المتعلقة بحياتهم.

وأساس كل تلك الاشكال البرامج هي " الخبر" وقبل أن نتعرض لأشكال الاخبارية، فسوف نتعرف علي ماهية الاخبار وكيفية جمعها وكتابتها. ويتعين عند دراسة "الأخبار" في الإذاعة أن نجيب علي عدة تساولات رئيسية تحدد لنا المراحل التي تمر بها الأخبار من مراحلة البحث عنها حتي مرحلة تقديمها للمستمعين عبر الإذاعة.

ويمكن تحديد تلك المراحل فيما يلي -:

كيف نحصل علي الأخبار؟ كيف نختار الأخبار؟ كيف نكتب الأخبار؟ كيف نرتب الأخبار؟ كيف نقدم الأخبار؟

وقد وضعت عدة تعريفات للخبر منها:

الخبر هو كل شئ لم تكن تعلمة من قبل .

الخبر هو كل ما يتحدث عنه الناس ويريدون معرفة المزيد عنه. **الخبر** هو تقدير عن حدث ما **الخبر** هو حدث يقع في وقت معين ويهم أو يوثر علي أكبر عدد من قطاعات الجمهور علي أن يوضع بطريقة مفهومه لهم **الخبر** هو كل ما يحمل جديدا شريطة أن يسترعي انتباه عدد كبير من الناس ويرتبط بحياتهم أو اهتماماتهم.

مصادر الأخبار الإذاعية: sources of broadcast news

تتعدد مصادر الحصول علي الأخبار في الإذاعة وتنوع مما يعطي الإذاعات المختلفة قدرة كبير علي جمع كم هائل من الأخبار كل يوم الأمر الذي يتيح منافسة شديدة بين تلك الإذاعات لتقديم أفضل خدمة اخبارية لجمهورها. ولا تختلف مصادر الأخبار الإذاعية كثيرا عن مصادر الأخبار الصحفية ولعل أحد الاختلافات الجوهرية . هو أن المراسل الإخباري في الإذاعة يقوم بتسجيل أصوات وتعليقات المصادر بلا من كتابتها . ولا شك أن هذا الاختلاف يعطي نوعاً من التميز والقوة للأخبار الإذاعية.

ويمكننا تصنيف مصادر الأخبار الإذاعية إلي مجموعتين كبيرتين -:

- المصادر الأساسية أو الرئيسة.
- المصادر الثانوية.

أولا : المصادر الأساسية للأنباء :

(1) وكالات الأنباء :

تعد وكالات الأنباء أهم المصادر التقليدية للحصول علي الأخبار بالنسبة لجميع وسائل الإعلام. ولقد نشأت وكالات الأنباء –في البداية– لخدمة الصحافة المطبوعة واقتصرت عليها وحدها في تقديم خدماتها . وعند ظهور الراديو قاطعته وكالات الأنباء مقاطعة كاملة، ورفضت تزويده بأي قدر من الأخبار حتي تنفرد بتقديم خدماتها الصحفية. وبالفعل ظلت الإذاعة– ولفترات طويلة– تعتمد علي مصادرها الخاصة في الحصول علي الأخبار 000 واستمر الحال كذلك إلي أن ثبت لوكالات الأنباء خطأ تقديرها وتأكد لها بالفعل أن الراديو يمكن أن يكون عاملاً هاماً في ترويج الصحيفة المطبوعة وليس العكس . وبدأت وكالات الأنباء تتراجع عن موقفها وتقدم خدماتها لتشمل الإذاعة إلي جانب الصحافة. بل أكثر من ذلك فقد استحدثت هذه الوكالات نظما وأساليب جديدة لتقديم خدماتها للإذاعة كما أدخلت تعديلات جديدة علي صيانة الأخبار وتحريرها بطريقة تلاءم العمل الإذاعي.

وتقوم وكالات الأنباء بتزويد المحطات الإذاعية بمختلف القصص الإخبارية إلا أنها لا تقدم تلك الأخبار مطبوعة بل من خلال أنظمة الكمبيوتر حيث يقوم المحرر بقراءة واستطلاع كافة الأخبار التي تقدمها الوكالات من علي شاشة الكمبيوتر ويطبع فقط الأخبار التي يريدها كما أن هناك شكلا آخر من الخدمات الإخبارية التي تقدمها وكالات الانباء للمحطات الإذاعية وذلك من خلال تقديم "خدمات إخبارية صوتية" يمكن للإذاعات استخدامها في نشراتها الإخبارية.

هذا – بالطبع – إلي جانب الخدمات الإخبارية المصورة التي وكالات الانباء الفيلمية المصورة.

(2) الصحف والدوريات:

تعتبر الصحف من جرائد ومجلات مصادر هامة من مصادر الأنباء التي تعتمد عليها الإذاعات صحيح أن الصحف تستقي معظم أخبارها من وكالات الانباء التي تتعامل معها الإذاعات إلا أن بقدور الصحف أن تقدم خلفيات تفصيلية عن الأخبار وتعالجها من وجهة نظرها . كما أن بعض الصحف تعتمد علي مصادرها الخاصة أو تحقق سبقا صحفيا فتكون– في هذه الحالة– مصدورا أساسيا وحيدا لتفاصيل حدث ما .

وينطبق نفس الشئ علي الدوريات المتخصصة مثل تلك الدوريات التي تعمل في مجالات الطب والهندسة والعلوم الحتة والاقتصاد والقانون وغيرها حيث تكون هذه الدوريات مصدرا هاما من مصادر والأحبار النادرة وغير المالوفة. فعندما يقوم المحرر الإذاعي بانتقاء بعض تلك الأخبار او الموضوعات الخاصة والمتخصصة وصياغتها بأسلوب مبسط يفهمه الجمهور فانه يقدم خدمة اخبارية متميزة.

(3) الإذاعات العالمية :

تعد الإذاعات مصدرا هاما من مصادر الأنباء بالنسبة لاية إذاعة او صحيفة . وتنشئ معظم إذاعات العالم اقساما خاصة بالاستماع لرصد ومتابعة كل ما تبثه الإذاعات الأخرى في مختلف انحاء العالم. وتعتمد هذه الإذاعات علي أجهزة الاستماع السياسي كمصدر هام من مصادر الحصول علي الاخبار. وذلك ان الإذاعات غالبا ما تنقل أخبار تعد حديثة وفورية بالنسبة لإذاعة أخري بالنظر إلي فروق التوقيت بين الدول المختلفة.

كما أنه – في بعض الظروف – تكون إذاعة الدول هي المصدر الوحيدة للأنباء فيها ومن ثم تترقب مختلف وسائل الإعلام في الدول الاخري ما يصدر عن إذاعة تلك الدولة من أخبار . مثال ذلك ما يحدث في القلاقل والاضرابات والإنقلابات حين تمتع الدول المراسلين الأجانب بين الدخول إلي أراضيها وتقطع سبل الاتصالات بالعالم . ومن تظل إذاعة هي مصدر الأنباء الوحيد عن تلك الأحداث.

(4) المندوبين والمراسلون الدائمون :

يعد مندبو ومراسلو المحطة الإذاعية هم المصدر الرئيس في الحصول علي الأخبار 00 وهم أولئك الذين يعملون في الإذاعة بصفة رسمية وتتعدد أنوع هؤلاء المندوبون والمراسلون علي النحو التالي -:

(أ)المراسل المحلي:

وهو المراسل الذي توفده الإذاعة في مناطق أو مدن الدولة لتزويد الإذاعة بأنباء وقصص إخبارية عن تلك المناطق.

(ب)المراسل الخارجي :

وهو المراسل الذي توفده الإذاعة للعمل في احدي عواصم العالم وتكون مهمته تغطية أنباء الدول التي يقيم فيها . وفي كثير من الاحوال يحقق هؤلاء المراسلون اخبارنا لإذاعاتهم وتزداد اهميتهم عندما تتسع دائرة علاقاتهم بمصادر الأخبار وصناع القرار في الدول التي يعملون فيها.

(ج) المراسل الاقليمي :

في كثير من الأحيان لا تسطيع الإذاعة ايفاد مراسليها إلي جميع عواصم العالم. ومن ثم توفد بعض المراسلين تكون مهمتهم تغطية اقليم كامل يضم عدة دول ويقوم المراسل الاقليمي بالتنقل بين هذه الدول لتغطية أحداثها .مثال ذلك: مراسل هيئة الإذاعة البريطانية في الشرق الأوسط ومقره القاهرة.

(د)المراسل المؤقت:

وهو المراسل الذي توفده الإذاعة لتعطيه حدث معين أو مناسبة خاصة سواء داخل الدولة أو خارجها كالمراسلين الاذاعيين الذين يقومن بتغطية زيارة رئيس الدولة للخارج وهؤلاء تنتهي مهمتهم بانتهاء الزيارة او الحدث.

وتعتمد الإذاعات العالمية المختلفة علي مندوبيها ومراسليها كمصادر أساسية وهامة للأنباء مما يحقق لها مذاقا خاصا وتفوق واضحا علي غيرها من وسائل الإعلام في بعض التغطيات الاخبارية .

وينبغي أن تتوافر في المراسل أو المندوب الاخباري عدد صفات من أهمها: والعلاقات الوثيقة مع مصادر الأخبار إلي جانب الدقة وسعة الإطلاع والصبر والمثابرة والسرعة في الانتقال لمواقع الأحداث.

وعندما يقع حدث ما فأن أول ما يقوم به المراسل هو البحث عن المصادر التي يمكن أن تدلى بمعلومات وآراء حول هذا الحدث .وتحتوي أجنده المصادر على أسماء وأرقام هواتف الشخصيات التي يمكن اللجوء إليها للتعليق على الأحداث أو اعطاء خلفيات ومعلومات هامة عنها .

وتعد العلاقة بين المراسل ومصادره علاقة ذات طبيعة خاصة , فالمراسل يريد الحصول علي القصة الاخبارية , وفي المقابل يرغب المصدر في تحقيق نوع الشهرة أو الدعاية .. والمراسل الذكي علية أن يحقق تلك المعادلة الصعبة عندما يغطي القصة الاخبارية ولا يسمح لرغبات المصدر أن تغطي علي الحدث .

كما أن الثقة التي يوليها المصدر للمراسل الاخباري يجب أن يحترم , فقد يدلي المصدر للمراسل بمعلومات ولكن يطلب منه عدم نشرها أو اذاعتها فعلي المراسل احترام ذلك حتي ولو كأنت تلك المعلومات علي درجة علية من الاهمية بالنسبة له .

ويقوم المراسل ببث رسائلة الصوتية عبر التليفون أو من خلال الأقمار الصناعية أو من خلال أشرطة يقوم بإرسالها إلي محطته الإذاعية .

(5) خدمات التبادل الاخبارية :

نتيجة لضعف إمكانيات بعض المحطات الإذاعية في كثير من المجتمعات , وصعوبة تأمين حاجاتها من الأنباء التي تدخل في اطار اهتمامات جماهيرها , فقد برزت الحاجه إلي قيام بعض الأنظمة الاقليمية في مجال التبادل الاخباري بهدف خفض الأعباء المالية علي المؤسسات الإذاعية , وذلك عن طريق تبادل خدماتها الاخبارية بين الدول الأعضاء في تلك المنظمة ومن أمثلتها :-

- اتحاد الاذاعات الأوربية الذي أنشئ عام 1949.
- اتحاد اذاعات الدول العربية وأنشئ عام 1970 .
- مؤسسة المغرب فيزون التي تربط بين كل من الجزائر وتونس والمغرب .
- الجهاز العربي لتبادل الأخبار .
- جهاز تليفزيون الخليج .

وتمثل هذه الخدمات مصادر هامة لأنباء بالنسبة للإذاعات المشاركة فيها .

(6) شبكة الأنترنت :

لقد أصبحت شبكة الأنترنت العالمية واحدا من أهم مصادر والأنباء التي سهلت علي الصحف والمحطات الإذاعية والتليفزيونية مهامها في التغطية الاخبارية , والحصول علي المعلومات في مختلف المجالات .

وتتعدد المواقع الاخبارية التي توجد علي شبكة الأنترنت والتي تتاح أمام الاذاعات علي مدار الساعة , والتي يمكن من خلالها التعرف علي أحدث التطورات والأحداث .

الا أن الاعتماد الكامل علي مايرد في مواقع الأنترنت قد يوقع الإذاعة في اخطاء كثيرة , ذلك أن العديد من تلك المواقع يطلقها أفراد أو مؤسسات يكون لها أهداف وتوجيهات خاصة, مما يدفعها ال تلوين الأخبار أو المبالغة فيها , أو نشر شائعات وأكاذيب .

ومن ثم يجب تحري الدقة الشديدة في النقل عن المواقع الاخبارية علي شبكة الأنترنت , والتأكيد من صحه الخبر من خلال اللجوء إلي أكثر من مصدر أو الاعتماد علي المصادر الذاتية للاذاعة .

وثمة عدة أساليب لاستخدام شبكة الأنترنت كمصدر للأخبار :-

البحث عن الموضوع باستخدام دليل المواقع المختلفة :

حيث يقوم المراسل بالبحث عن الموضوعات المعينة ومتابعه أخبار محدده من خلال المواقع الالكترونية التي تضعها بعض الجهات أو المؤسسات علي شبكة الأنترنت , ويتسم هذا الأسلوب بالسرعة الشديدة في عملية البحث .

البحث من خلال قوائم البريد الالكتروني :

في الحالات التي يرغب فيها المراسل في التعرف علي العديد من وجهات النظر والآراء التي تدور حول موضوع أو خبر ما , يمكنه ارسال العديد من رسائل البريد الالكتروني لبعض الخبراء والمتخصصين لمعرفة آرائهم فيما يطرحه أو في الأحداث . وتوفر هذه الطريقة الاتجاه نحو التخصص الدقيق والتركيز الشدبد ووصول المراسل إلي المصادر التي يستهدفها بالضبط فمبجرد اشتراك المراسل في احدي تلك القوائم سوف تصل رسائله الإليكترونية بشكل مباشر كما يستقبل الردود علي بريده الالكتروني .

النقاش والحوار مع المراسلين الآخرين :

حيث تشكل مواقع وقاعات الدردشة علي الأنترنت مصدرا مهما للمعلومات بالنسبة للمراسل ,

فمن خلال القوائم البريدية الالكترونية يمكنه اجراء مناقشات مع بعض الخبراء أو المراسلين في المؤسسات الاخبارية الأخري .

البحث باستخدام الكتب والوثائق :

يمكن التواصل مع شبكة الأنترنت المراسل من الحصول علي بعض المعلومات والوثائق التي تشكل مرجعية أساسية لمتابعة الأخبار وفهماها من خلال ما توفره الشبكة من كتب ووثائق حول الموضوعات المختلفة يمكن للمراسل الافادة منها .

الاطلاع علي قواعد للبيانات :

وتعد قواعد البيأنات databases مصدراً هاما من مصادر المعلومات بالنسبة للمراسل الاخباري اذ تقوم العديد من المؤسسات والهيئات الحكومية والخاصة بإنشاء قواعد بيانات خاصة بها تتضمن العديد من المعلومات والاحصاءات المتعلقة بعملها . ومن خلالها يمكن للمراسل التعرف علي بعض الأخبار والبيانات الخاصة بتلك المؤسسات والهيئات والتحقق من دقة بعض الاحصائيات والأرقام التي تصل إليه .

قواعد البيانات الذاتية : In house databases

اذ يمكن للمراسل أن يقوم بأنشاء قاعده بيانات خاصة به يحتوي علي بعض القصص الاخبارية الخفيفة , والملاحظات الخاصة التي وقعت في الماضي .. ويمكن أن تكون

هذه القواعد المعلوماتية مصدرا ثريا للمعلومات التي يستطيع المراسل الرجوع إليها وقتما يشاء .

ثانيا : المصادر الثانوية للأنباء :

لا تقتصر الاذاعات في الحصول علي أخبارها علي تلك المصادر الرئيسية التي ذكرتاها أنفا , بل توجد بعض المصادر الثانوية التي قد لا يوليها البعض اهتماما كثيرا رغم ما تمثله من أهمية .

ومن بينها -:

المراسلون المتطوعون – والعاملون بالقطعة :

يوجد بعض الأفراد الذين يستهويهم الاتصال بالإذاعات علي هؤلاء المتطوعين في الحصول علي الأنباء . كما أن هناك بعض المراسلين الذين يتعاونون مع الاذاعة بالقطعة , ويشكلون مصدرا هاما من مصادر الأنباء ولا يخفي ضرورة الحرص في اذاعة الأنباء التي ترد من هؤلاء المتطوعين اذ لابد للإذاعة أن تتأكد من صحة ودقة تلك الأنباء قبل إذاعتها .

وهناك العديد من الجوانب الايجابية والسلبية التي ترتبط باستعانة الإذاعة بهؤلاء المتعاونين بالقطعة .

(أ) الجوانب الايجابية :

أن الاستعانة بهؤلاء المتعاونين بالقطعة غير مكلفة , حيث أنهم لا يحصلون سوي علي مكافآت بسيطة عن أعمال تمت اذاعتها بالفعل .

أن الاستعانة بهؤلاء المتعاونين تتيح قاعدة أوسع من التغطية الاخبارية للأحداث , إذ قد يسهل عليهم الحصول علي أنباء أو قصص اخبارية لا يستطيع مراسلو الاذاعة الحصول عليها

أن التغطية التي يقوم بها بعض أولئك المراسلين من ذوي الخبرة قد تسد – في بعض الأحيان – الفراغ التي ينتج عن مرض أحد المراسلين الرسميين للإذاعة أو عدم وجوده في موقع الحدث.

(ب) الجوانب السلبية :

أن الموضوعات التي يقدمها المراسلون بالقطعة للإذاعة غالبا ما تكون مقصورة عليها , فقد يقوم أولئك المراسلون بتقدميها أو بيعها لمحطات اذاعية أخري .

إن الأسلوب التي تصاغ به الأنباء والموضوعات التي يقدمها المراسلون بالقطعة قد لا يناسب – في كثير من الأحيان – أسلوب الاذاعة ذلك أنهم لا يملكون خبرة العمل الاذاعي , مما يستوجب اعادة صياغة الموضوعات التي يبعثون بها .

أحيانا لا تتسم الموضوعات التي يقدمها هؤلاء المراسلون بالثقة الموضوعية , حين يحاول بعضهم اضافة بعض المثيرات عليها لتزداد قيمتها , ومما يبتعد بها عن الحيادة الموضوعية .

أنه لا يمكن للإذاعة محاسبة هؤلاء المراسلين عندما يخطئون في تقديم الأنباء والموضوعات , أو يقصرون في أداء واجباتهم نحو التغطية الاخبارية .

(1)المصادر الحكومية :

تنبع أهمية أي مؤسسة اعلامية من مدى ارتباطها بواقع الجماهير ومصالحها ومدى تأثيرها فيهم .

وفـى معظـم المجتمعـات تسـتوعب الحكومـات المسـاحة الاكبـر والوقـت الاكبـر مـن اهتمامات اية مؤسسة تقوم بمهمة جمع الأنباء

ومن ثم تكون تللك الجهات مصادر لا تنضب للأنباء. ومن هذه المصادر الدوريات والنشرات التى تصدرها المصالح الحكومية والوزرات والمؤسسات الوطنية والمجالس الشعبية وغيرها من المؤسسات التي ترتبط بمصالح الناس.

(2)الشخصيات العامة :

تعد الشخصيات العامة مصدرا هاما من مصادر الأنبا ء نظرا لما يوكل لها من مهام رسمية مثـل الـوزراء واعضـاء المجـالس الشـعبية ورجـال القضـاء والمفكـرين والادبـاء وغيـرهم . حتـى أن الأنبـاء التـى تتعلـق بالحيـاة العامـة او الخاصـة لتلـك الشخصـيات تعد أنباء هامة يبحث الجمهور عنها .

(3)الجامعات و المعاهد العلمية البحثية:

وتمثـل هـذه المؤسسـات مصـدرا هامـا ودائمـا للأنبـاء التـى تهـم قطاعـات كبيـرة مـن الجمهور ومن ثم ينبغى أن توليها الاذاعات اهتماما خاصا من خلال متابعة ورصد كل ما يحدث فيها من أنشطة وفعإليات.

(4)مصادر الأخبار الصوتية :

تلجأ بعض شركات العلاقات العامة إلي ارسال بعض التسجيلات واللقطات الصوتية المسجلة , والحوارات الإذاعية مع بعض المصادر لمصادر الاذاعات المختلفة لهدف تقديمها ضمن نشرتها أو برامجها الاخبارية . ويطلق علي هذه الخدمة مصادر الاخبار الصوتية " audio news releases"

_ فمثلا تقوم مؤسسه المسؤولة عن اطفاء الحرائق _ في اطار الترويج لنشاطاتها _ بإجراء حوار مع أحد رجال الاطفاء في موقع الحدث عن جهوده وكيفية تصديه لإنقاذ

بعض الناس الذي تعرض مصنعه للحريق , ويتم ارسال هذا التسجيل الصوتي للإذاعات لتقدمية ضمن تغطيتها الاخبارية للأحداث .

في بعض الأحيان يتعذر علي الاذاعة اجراء مثل هذا اللقاء مع أحد رجال الاطفاء في موقع الحدث , فلا يكون أمامها الا الاستعانة باللقاء الذي أرسل لها مع ضرورة نسبته لمصدره .

(5)النشرات التي تبعث بها جهات مختلفة :

والمقصود بها تلك النشرات التي تصدرها جهات معينه تضمن الأخبار والأنشطة الخاصة بها , والتي يتم ارسالها إلي الإذاعة عن طريق الفاكس أو الطريق الالكتروني وقد تمثل مثل هذه الاخبار أو الأنشطة ماده اخبارية مناسبة للإذاعة إلي أن يجب التأكد من مدي دقة وصحه هذه الأخبار . إذا غالبا ما تضمن تلك الأخبار نوعا من الإعلان المستتر أو الدعاية المقنعة عن تلك الجهات وأنشطتها المختلفة , كما أن بعض تلك الجهات ربما تكون مخالفة للقانون مما قد يوقع الإذاعة للعديد من المخالفات .

(6)جماعات الضغط " pressure groups"

وهي جماعات ناشطة في المجتمع تسعي إلي ابراز وجهات نظرها في الأحداث المختلفة . وهي تعبر عن وجهات نظرها بمختلف الوسائل المتاحة ومن بينها الاتصال بالإذاعات ومراسلتها .. وتمثل الآراء التي تطرحها تلك الجماعات

أهمية خاصة تضفي علي الأنباء نكهة خاصة . ومن ثم توليها الاذاعات اهتماما كبيراً

اختيار الأخبار – كيف نختار الأخبار ؟

ليس كل حدث يصلح أن يكون خبرا تبثه وكالات الأنباء , وتنقله الصحف والاذاعات , بل أن ثمة شروط يجب توافرها في الخبر حتي نحكم بصلاحيته للتقديم عبر وسائل الإعلام .

وهذا يدفعنا لدراسة المرحلة الثانية من مراحل إعداد النشرات الاخبارية , وهي مرحلة اختيار الأنباء الصالحة للإذاعة .

بداية نقول أن النظام السياسي والاجتماعي والثقافي في أي مجتمع دورا رئيسيا في طريقة اختيار الأنباء التي يمكن بثها عبر وسائل الإعلام . كما يتحكم في طريقة تحريرها وأسلوب عرضها أي أن معايير انتقاء الأخبار تختلف من مجتمع لأخر حسب اتجاهات وقواعد السائدة في كل منها . لوسائل الإعلام – وهي تقدم الخدمات الاخبارية يجب أن تراعي المجتمع الذي تقدم له تلك الخدمات وهو ما عبرت عنه اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام حين ذكرت أن الأنباء التي تنشر تعكس واقع وقيم المجمع الذي تنشر في وليس واقع وقيم المجتمع الذي صدرت عنه فوسائل الإعلام تسعي للارتقاء للأنباء والموضوعات التي تري أن تحظي باهتمام جمهورها , وتحقق أهداف المؤسسات والجهات التي تشرف عليها .

وهكذا يمكن القول أن الخبر هو تلك المعلومة التي يمكن بيعيها والتي يمكن أن تجذب اهتمام الجمهور لمتابعتها .

معايير اختيار الأخبار:

هناك عده معايير وعناصر يمكن من خلاها – تحديد مدي صلاحية الأخبار للإذاعة .. ومن أهمها –:

1- صحة الخبر

وتعد أهم صفات الأخبار علي الاطلاق , ذلك أن الاخبار حقائق , new are facts فإذا لم يكن "الخبر "صحيحا فهو ليس خبرا من أساسه

2- دقة الخبر :

وهي صفة مكملة للصحة .ذلك أن الخبر قد يكون صحيحا ولكنة لا يراعي الدقة في استيفاء المعلومات الواردة فيه , ومن ثم يفقد جزءا من قيمة , ويجب علي الاذاعات أن تستبعد الأخبار التي تشك في مدي دقتها , واذا دعت الضرورة إلي تقديمها فلا بأس شريطة أن تنسب إلي مصدرها .

ويثار الجدل الكبير حول مدي أهميته كل من " السبق الصحف" ,و"دقة الأخبار بمعني اذا ما حصلت الاذاعة –مثلا– علي سبق لقصة اخبارية لم تحصل عليها وسائل أخري , ولكنها ليست مستوفاه , وربما ليست دقيقة التفاصيل , فهل تسارع الاذاعة إلي اذاعتها لتحقيق السبق ؟ أم تنتظر استكمال التفاصيل الدقيقة , ويضيع منها السبق ؟

يبدو أن الاجابة علي هذه التساؤلات تميل إلي ترجيح كفة السبق الصحفي خاصة في ظل المنافسة الشديدة التي تشهدها الساحة الإعلامية بين وسائل المتعددة تسعي إلي جذب الجماهير من خلال تقديم خدمات اخبارية سريعة ومتميزة.

3- **الحالية أو الفورية** time lines

تتغير قيمة الأخبار بسرعة شديدة , فالخبر الإذاعي يكتسب أهميته في الوقت الذي يذاع فيه فقط .

ومن هنا فإن الفورية أو الحالية تعد أهم مبادئ اختيار الأخبار الإذاعية , فالسرعة التي تنقل بها الإذاعة الأخبار – عبر الأثير – تستلزم أن يعرف المستمعون القصة الاخبارية فور وقوعها , أو بعد وقوعها بلحظات ويرتبط بمعامل الفورية عامل السرعة

في نقل الحدث , وتتسابق الاذاعات في كسب مستمعيها عن طريق تقديم الأخبار بسرعة لحظة وقوعها ... ورغم ما قد تنطوي علية عملية الاسراع بتقديم الأخبار من مخاطر عدم تحري الدقة أو استكمال المعلومات , فأن الاذاعات قد يتميز بعضها عن بعض بسرعة نقل الأحداث , ولو علي حساب الدقة ! !

4- القرب المكاني:

يؤثر القرب المكاني للحدث في مدي صلاحيته للنقل عبر وسائل الإعلام , فالناس – بطبيعتها – تميل لمتابعه الأحداث التي تدور بالقرب منها أو في دائرة اهتماماتها . ومن ثم كلما كأنت المنطقة الجغرافية التي يغطيها الخبر قريبة جغرافيا من جمهور الاذاعة اكتسب الخبر قيمة أكبر .

ويثير بعض الكتاب قضية " القرب العاطفي " إلي جانب القرب المكاني مع اعتبار أنها قد تشكل عاملا أكثر أهمية في اختيار الأخبار . فقد أثارت أخبار زلزال مدمر الذي ضرب منطقة جنوب شرق آسيا في نهاية عام 2004 اهتمام مختلف سكان العالم بصرف النظر عن القرب المكاني من موقع الحدث , فما خلفة الزلزال من دمار وخراب يثير التعاطف والحزن لدي كأن أنسأن ! !

والجماهير في المنطقة العربية كمسلمين – تهمهم بالتأكيد أنباء المعاناة التي يعيشها أخوتهم في الدين في أفغانستان والشيشان والفلبين رغم البعد المكاني الذي يفصل بينهم.

5- جدة الخبر "الحداثة" :

تعد جدة الأخبار وحداثتها من المعايير الهامة التي تحدد إمكانية اختيارها ومدي صلاحيتها للتقديم في الاذاعة , إذ لابد أن تتضمن الأخبار شيئا جديدا يهم الجمهور هذا علي مستوي الأخبار نفسها أما علي المستوي الآخر , فأن نشرات الأخبار المتتالية يجب أن تتضمن أخبارا جديده حتي تحتفظ بجمهورها وترضي شغفة لمعرفة

أحداث التطورات . ولعل هذا ما تفتقر إلية معظم الاذاعات العربية إذا غالبا ما تكون نشراتها الاخبارية تكررا مملا لما أذيع من قبل دون أن تحمل أنباء جديدة

6- العاقبة أو التأثير :

ويقصد بها ما ينجم عن الخبر من أثار ونتائج سواء ايجابية أو سلبية , ذلك أن ما يترتب علي الخبر من نتائج سوف يدفع الجمهور إلي متابعته , علي العكس من ذلك اذا كأن الجمهور لا يتوقع نتائج محدده من وراء الاستماع لخبر ما فأنه لن يتابعه .

فأنباء زيادة الضرائب علي المواطنين في إيطاليا تحظي باهتمام كبير لدي الإيطاليين , ولكنها لا تحظي بنفس الاهتمام لدي المواطنين في الدول العربية مثلا .

7- سعة الخبر :

تزداد القيمة التأثيرية للخبر كلما كأن عدد أولئك الذين يتأثرون به أكبر , أي كلما اتسع نطاق الاهتمام به كأن ذلك مؤشرا هاما علي مدي صلاحية الخبر للإذاعة .

فلو أن أمام الاذاعة خبرين أحدهما عن ارتفاع أسعار أجهزة التكييف بنسبة 50% , والآخر عن ارتفاع سعر رغيف الخبز بنسبة 10% فقط , فأي الخبرين يتقدم علي الآخر في الأولوية ؟

لا شك أن الخبر التأني أكثر أهمية لأنه يمس قطاعا أكبر من الجمهور .

8- الشهرة :

هناك قاعدة عامة وأساسية في الإعلام تقول أن الأسماء تصنع الأنباء names are news تلك حقيقة لا جدال فيها فالأسماء الشهيرة أنباء في حد ذاتها . وأن كأنت القيمة الاخبارية لتلك الأنباء تتفاوت في أهميتها بتفاوت أهمية الاسم الذي تتحدث عنه .

ويندرج عامل الشهر ليس علي الأفراد فقط . بل علي الأماكن والمؤسسات وغيرها , فكلما زادات شهرة مكان ما أو مؤسسه ما ارتبطت في أذهان الجماهير بأهمية خاصة كأن كل ما يتعلق بها من أحداث وتطورات محل اهتمام الجمهور وترقبه .

ويتضح هذا العامل من عوامل اختيار الأخبار بصورة أوضح في وسائل الإعلام الغربية إذ تعتبر الشهرة أحد القيم الأساسية لاختيار الأخبار في تلك المجتمعات للشخصيات العامة والبارزة بحجة أن هذا يلبي حاجات الجمهور ورغباته .

9- الصراع :

يعد عامل الصراع من أحد أهم العوامل التي تعطي الأنباء حيوية وجماهيرية أوسع فالإنسان بطبيعته يميل إلي متابعه الصراع والنزاع فكلما كأن الصراع ظاهرا في الخبر زادت فرصته في النشر , وزادت قيمة الاخبارية , وتلقي أنباء الصراعات والمنازعات قبولا جماهيريا واسعا في مختلف المجتمعات وأن كأن ذلك أكثر وضوحا في المجتمعات الغربية .

ولعل هذا يفسر لنا اهتمام وسائل الإعلام الغربية بنشر وإذاعة المزيد من الأنباء السلبية المتعلقة بالحروب والصراعات والمنازعات والمآسي والاضطرابات والمجاعات وغيرها , وغالبا ما تكون هذه الصورة السلبية لتلك الدول لدي الجمهور الغربي

10- الغرابة والاثارة :

إذا كان الخبر يتعلق بحادث طريف أو غريب فأن ذلك يرشحه ليكون محل اهتمام جماهيري واسع , ومن ثم يمكن اختياره ليقدم في الإذاعة .الا أن هذه النوعية من الأنباء يجب أن تعالج بحذر شديد وخاصة في اذاعات الدول النامية الفقيرة , فإذا كأنت "الاثارة " قيمة اخبارية هامة ومعيارا من معايير اختيار الأنباء في المجتمعات الغربية , فأنها قد لا تكون ذلك في المجتمعات النامية .

فإذا أذيع خبر عن سيدة أوربية كأنت وصية بعد وفاتها تخصص فيها مليون دولار لثلاث قطط وكأنت ترعاها ,فهل يصلح ذلك لتقديمة في إذاعة دولة نامية يموت الآلاف من أطفالها جوعا ؟!

11- الضخامة:

كلما كأن الحدث يتسم بالضخامة والطابع الدرامي كأن ذلك أفضل وارتفعت قيمته الاخبارية , إلا أن حجم الحدث – وحده – لا يكفي للحكم علي قيمته الاخبارية دون ربطة بمعيار عن القرب الجغرافي والتأثير .

فوقوع حادث تحطم طائرة في نيبال يسفر عن مقتل مائتي فرد , قد لا يشكل أهمية كبيرة في الإعلام الغربي . إلا أنه إذا كأن من بين الضحايا مواطنين غربيون فأن "القيمة الإخبارية " للحدث تزداد .

.... وقد يدافعنا ذلك للتفكير فيما تتناقله وسائل الإعلام العالمية والعربية علي حد سواء في تغطيتها الدموية في العراق والتي تسفر عن مقتب العشرات كل يوم ففي كل خبر عن أحداث دموية يتقدم ذكر الضحايا من الأمريكيين علي الضحايا من العراقيين فيأتي الخبر علي النحو التالي :

" لقي جندي أمريكي ومقتل خمسون عراقيا من جراء انفجار حافلة مفخخة وسط العاصمة العراقية بغداد "

هل هذة تغطية إخبارية عادلة!؟

كيف نقدم مصرع جندي أمريكي واحد علي مصرع خمسين من العراقيين ؟! أنه سيطرة الإعلام الغربي علي سوق الأحداث العالمية.

12- الوضوح وعدم الغموض

يميل الناس بصفة عامة إلي متابعة الأخبار التي يسهل عليهم فهمها والتواصل معها ..ومن هنا فأن الأحدث التي تتسم بالوضوح ترتفع قيمتها الاخبارية وتزداد فرصة تغطيتها اعلاميا .

إلا أن ذلك لا ينبغي فهمه علي أن " الأحداث الغامضة " لا تستحق التغطية فهذا غير صحيح .. ولكن عند تغطية تلك الأحداث الغامضة يجب علي الإذاعة أن تسعي إلي تبسيطها وشرحها حتي يستطيع الجمهور متابعتها .فالمستمع الذي يتابع خبرا في النشرة الاخبارية عن حادث غامض و غير مفهوم سوف لا يستطيع الجمهور متابعتها . فالمستمع إلي يتابع خبرا في النشرة الاخبارية عن حادث غامض وغير مفهوم سوف لا يستطيع بالتأكيد أن يستمر في متابعتها بل سوف ينصرف عنه , وربما عن النشرة كليا .

13- الألفة familiarity

المقصود بقيمة الألفة في القصة الإخبارية , أن تتناول الموضوعات المألوفة بالنسبة للجمهور , والتي لدية بعض المعلومات عنها . فنحن – عادة- نتجاوب مع الأحداث والموضوعات المألوفة لنا وخاصة تلك التي تقع في دائرة اهتمامنا .

14- التوقع

فالعاملون في مجال الأخبار يقومون بتغطية الأحداث التي تتناسب مع ما كان متوقعا . فثمة بعض الأحداث التي يتوقعها الناس , ومن هنا فأن الإذاعة مطالبة بترقب وقوعها , ونقلها للجمهور تلبية لتوقعاته المسبقة .

15- المفاجأة :

ولعل هذه القيمة تتناقض مع سابقتها , وذلك أن الحدث إلي يحوي " عنصر المفاجأة " وعدم التوقع يحظى بأهمية كبيرة بالنسبة لمختلف وسائل الإعلام , ويشكل قيمة اخبارية كبيرة , وكثيرا ما تتحكم الصدفة البحتة في قدرة إذاعة ما علي نقل حدث لم يكن متوقعا , ولم يسبق التخطيط لتغطيته .

فحادث تحطيم برجي لتجارة العالمية في نيويورك من خلال طائرتين والذي عرف بأحداث 11 سبتمبر لم يكن متوقعا , وكأن مفاجأة بكل المقاييس , وكأنت كل الصور التي تناقلتها وكلات الأنباء والقنوات التليفزيونية للحظة اصطدام الطائرتين بالبرجين من تصوير بعض الهواه الذين كانوا بالقرب من مكان الحدث !!

وعادة ما تتصدر الأخبار المفاجئة وغير المتوقعة صدر النشرات الاخبارية في الاذاعات المختلفة .

16- التوافق والتشابه مع القصص الاخبارية الأخري

تعد الأحداث التي تتسم بالسخونة والاستمرارية ذات قيمة اخبارية كبيرة , حيث يمكن ربطها ببعض القصص الاخبارية الجديدة فمن المألوف أن يتم الربط بين أكثر من قصة اخبارية تقع أو تندرج تحت موضوع واحد . فمثل هذا الربط يزيد ويعلي من القيمة الاخبارية للأحداث .

ونادرا ما يتم الاستغناء عن القصص الاخبارية القديمة التي سبق نشرها واذاعتها , بل يمكن احياؤها عن طريق استخدامها لتوضيح أو شرح أو تأكيد أو مقارنة بأحداث وقصص اخبارية جديدة .

17- السلبية Negativity

تعد السلبية " احدي قيم اختيار الأنباء خاصة في المجتمعات الغربية , اذ تسعي وسائل الإعلام – هناك . وراء هذه النوعية من الأخبار التي تلبي حاجة أساسية

للجمهور , وليس صحيحا ما يردده البعض من أن سعي الإعلام للبحث عن الأخبار السلبية أنما يرجع إلي أن " التقدم والايجابية " أشياء عادية للمواطن الغربي , ومن ثم فأن ما يلفت انتباهه هو الأشياء السلبية التي لم يعتد عليها !!

والواقع أن طبيعته النظام السياسي والاجتماعي الغربي والحرية الممنوحة للإعلام هناك توقع وسائل الإعلام إلي متابعة الأخطاء وابرازها في مجال رصدها للأداء الحكومي اعمالا لدور الإعلام كسلطة رابطة تمارس عملها .

أما في المجتمعات الديكتاتورية والنامية والتي لا يحظي فيها الإعلام بدرجة الحرية كما في المجتمعات الغربية , فأن وسائل الإعلام تركز علي ابراز الأخبار الايجابية لتحسين صورة الحكومات المسيطرة علي تلك الوسائل واشاعة جو من التفاؤل بين الناس ولو عن طريق ترديد أخبار كاذبة !!

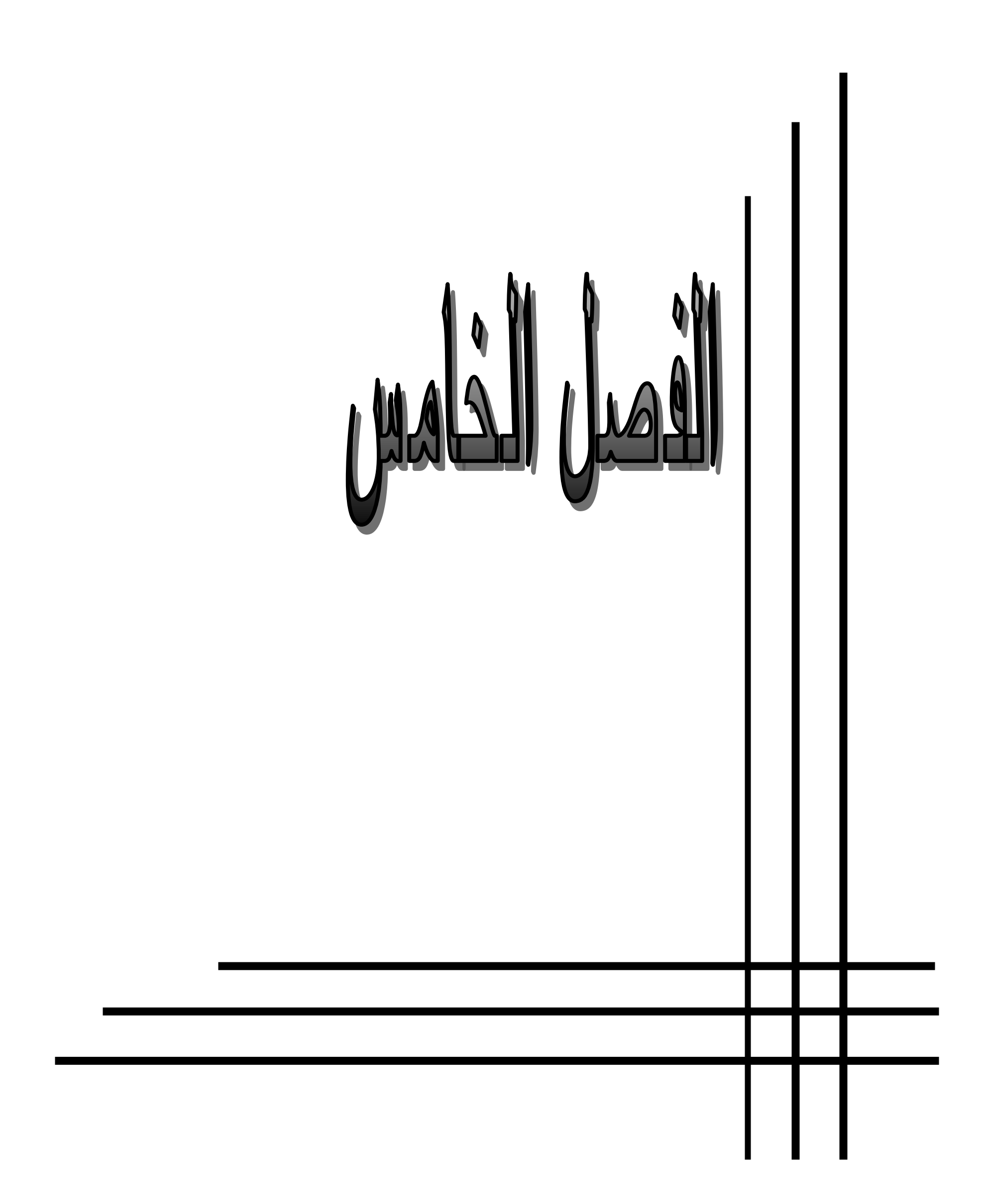
ويري شوالتز في تفسيرة لبروز الأخبار السلبية في وسائل الإعلام الغربية أنه طالما أن المجتمع لا يلقي اهتماما كبيرا بالأحداث , فأن الوقائع السلبية التي تهدد نظام المجتمع ينبغي التعامل معها بشكل أكثر تكرار وأوسع مدي , فمثلا الصراعات السياسية يجب تسويتها , والكوارث تجعل الأفراد علي وعي بأسبابها , ومن ثم فأن إذاعة الأخبار منها يجعل الناس أكثر قدرة علي تلاقيها أو التعامل معها ."

18- إضفاء الطابع الشخصي علي الأخبار :

من القيم الاخبارية الغربية ذات الأهمية , ومحاولة اضفاء الطابع الشخصي علي القصة الاخبارية وذلك من خلال التأكيد علي بعض الجوانب أو الاهتمامات الإنسانية فيها . وعادة ما يكون (الطابع الشخصي) للخبر هو ما يسعي إليه مراسلو الأخبار , فعند تغطية أخبار حملات الرئاسة الأمريكية نجد أن وسائل الإعلام تتعامل مع السمات الشخصية للمرشحين بدرجه تفوق كثيرا التعامل مع سياستها أو القضايا التي يدافعون عنها .!!

وتساعد عملية اضفاء الطابع الشخصي علي الخبر علي تحقيق اعتبارات الوضوح والبساطة كما أنها قد تساعد علي إضفاء الطابع الدرامي علي الأحداث من خلال الربط بين الأفراد ذوي الصلة بالأحداث الحالية , وبعض الشخصيات التي ارتبطت بأحداث وقعت في الماضي .. فعند تغطية أحداث غزو العراق وحرب تحرير الكويت اشارت وسائل الإعلام الغربية إلي الربط بين شخصية كل من الرئيس العراقي صدام حسين , والزعيم النازي هتلر !!

تلك أهم القيم التي تحكم عملية اختيار الأخبار في الاذاعة ووسائل الإعلام المختلفة , وتختلف بعض هذه القيم من مجتمع إلي آخر باختلاف ثقافته والنظم السياسية التي تحكمة , والدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تلك المجتمعات وطبيعته .



الفصل الخامس

الأهداف الإجرائية

بعد دراسة هذا الفصل ينبغي أن يكون الدراس قادراً علي :

1. التعرف على نشأة التليفزيون التفاعلي و تطوره.
2. يعدد خصائص التلفاز التفاعلي
3. التعرف علي مميزات التلفاز التفاعلي
4. التعرف أهم ما يقدمه التليفزيون التفاعلى من خدمات
5. التعرف علي الرأى العام والتليفزيون
6. التعرف علي التليفزيون الإقليمى في مصر
7. الإذاعة والإندماج في المعلوماتية و الإنترنت

التليفزيون التفاعلى (I.T.V.)

مقدمة

يبدو أن العالم قد دخل بداية ثورة صناعية جديدة، أو أن آخر الثورات الصناعية قد دخلت مرحلة جديدة تماما خاصة أن حجم وعدد المخترعات الحديثة لم يتأثر تقريبا بالأزمة الاقتصادية العالمية، بل إنه يبدو أن هذه الأزمة كانت حافزا لمزيد من الإبداع والتطوير حتي يمكن تطوير الأسواق بأشكال جديدة من المنتجات. ومن الواضح أنه كان صحيحا أن الخروج من الأزمة، كما حدث مع كل الأزمات الرأسمالية السابقة، يحدث من خلال دخول أعداد جديدة من المستهلكين، وبزوغ أنواع جديدة من المنتجات تفتح أبوابا وأسواقا جديدة بينما تتهاوي أو تتراجع منتجات وبضائع وشركات أخري لم يعد لها استخدام، أو لم يعد لوجودها فائدة. وربما يخبط الناس كفا بكف بسبب سقوط شركة "جولدمان ساكس" للخدمات المالية، باعتبارها واحدة من العمالقة التي لا تسقط، ولكن ذلك هو جوهر الرأسمالية التي لا تمانع من سقوط مؤسسات فاشلة حتي لو بلغ نجاحها في الماضي عنان السماء. فنحن الأن يوميا نسمع بأن هناك تطور جديد في الأجهزة الإلكترونية و التقنية و سوف نتحدث الأن عن تكنولوجيا جديدة هزت العالم التقني بكل مقاييسه ...

تاريخيه ونشأته:

خلال السنوات القليلة القادمة عندما تتسل اجهزة الحاسب الالى لتغزو أكثر الأجهزة المنزلية شيوعا وهى اجهزة التليفزيون سيتعرض ذلك الصندوق العجيب لعملية تحول تجارية ، وعندما ينتهي ذلك التحول ، سيكون تليفزيون اليوم فى حكم الميت ، ومن

المؤكد ان إعداد كبيرة من التليفزيونات القديمة البسيطة ستظل قابعة فى مكانها داخل البيوت ، وبالطبع كما هى اجهزة سلبية أحادية الاتجاه تعتمد على نظام القنوات.

تليفزيون اليوم اخذ فى التحول بسرعة نحو تليفزيون الغد ، إلا وهو " التليفزيون التفاعلى " .Inter active T.V وهو وسيط تفاعلى ثنائي الاتجاه " two – way يربط بيوتا مباشرة بفيض من الخدمات الجديدة وسيأخذنا لما بعد الوسائط الإعلامية الجماهيرية الى وسائط إعلامية حسب طلب الجماهير حيث سيتحكم المشاهدون فى برامجهم الخاصة ، وسيكون فى مقدروهم تعديل جدول مواعيد البرامج كي يتلاءم مع مواعيدهم وأذواقهم الشخصية ، وسيكون فى مقدور المشاهدين ان يستعرضوا فئات البرامج المختلفة مثل : برامج الاطفال ، والخيال العلمي، والرياضة ، وستصبح موجهات او أدلة البرمجة الالكترونية شيئا مألوفا ، يقوم الدليل البرمجة حسب المحتوى ، وليس من منطلق توقيه معين او قناة بعينها.

المقصود بالتلفزة التفاعلية :- هي تقنية تسمح للمشاهد بالتفاعل مع التلفاز اثناء المشاهدة

و هذا يعني ..

ان التلفاز تحول من الة صماء الي جهاز يتفاعل مع الانسان فيعطي المشاهد فرصة للاختيار (ليس التنقل بين القنوات) بين ما يعرض وحرية المشاركة في بعض البرامج مع إمكانية طلب معلومات أو حتى تحديد أسلوب الرؤية للمشهد .

هي في الحقيقة ثورة جديدة في التلفاز تعطي المشاهد القدرة على متابعة البث الحي وإيقافه مؤقتا (بالطبع سيكون العرض متأخرا قليلا عن الوقت الحقيقي) وإمكانية تخطي الإعلانات .

ويكون تعريف التلفاز التفاعلي بأنه :-

هو تلفاز عالي التقنية يتميز بوجود خط راجع بين الجهاز وجهة البث. اي ان المشاهد لديه الفرصة الكاملة لارسال معلومات او طلبات وتلقي اجابات بصفة شخصية بحتة كما يستطيع ان يتحكم في الصورة التي امامه من حيث الحجم والتوقيت

والايقاف فضلا عن الحصول على معلومات تفصيلية قد تكون ذات صلة بالمشهد امامه او خدماتيه بحتة.
الفكرة رائدة والخيارات امام المشاهد واسعة وهناك تجارب عديدة بعضها بسيط وبعضها متقدم وبدأت تطبيقات اولية لهذا النظام.
مثال :- تبث احد القنوات مبارة كرة قدم فأنت لك حرية الإختيار للكاميرا التي تصور معني ان تري المشهد من الاتجاه الذي تريده سواء كانت الكاميرا العلوية ام الكاميرا اليمني او اليسري . .

أيضاً سيتضمن التلفاز التفاعلي إمكانية التسوق والمحادثة واستقبال البريد والألعاب الإلكترونية وأيضاً تصفح الانترنت من خلال وصلة بالهاتف.
كما يمكن الاطلاع على البرامج السابقة وشراء برامج معينة (أفلام مثلا).
ويصف البعض هذه التقنية : " خيارات أوسع ومرونة أكبر" ومن المتوقع أن يكون للتلفاز التفاعلي تاثيرات إعلامية هائلة لاتقل عن تاثير الانترنت حاليا ان لم تفقهه .
السبب في ذلك ان الجهاز برمته امتاعي وترفيهي ،كما انه يعتمد - بصورة اساسية- على الصورة التلفزيونية ذات الجودة العالية

هناك نظامان للتلفاز التفاعلي حسب نظام الاستقبال للمشترك

1. عبر الاقمار الصناعية
2. عبر خطوط الكبل " الهاتف "

خصائص التلفاز التفاعلي :-

1. توفير العديد من القنوات التلفزيونية
2. تقديم قوائم تفصيلية بالبرامج و نوعياتها و مواعيدها
3. إمكانية التسجيل لمادة معينة و عرض اخري
4. بث القنوات و البرامج في اوقات محددة
5. مشاهدة موضوعين في نفس الوقت "عرض جزئي او كلي"

6. تقديم خدمات معلوماتية متنوعة عن الطقس و الاخبار و السياحة ... إلخ
7. عرض ألعاب تفاعلية
8. طلب بعض المواد لعرضها و الدفع مقابل العرض
9. التسوق الإلكتروني

مميزات التلفاز التفاعلي :-

- **الخدمات الترفيهية :-**

ويفتح التلفزيون التفاعلي الباب أمام العديد من الخدمات والترفيه بلا حدود أمام جمهور المشاهدين,فهو يتيح للجميع مزيدا من الحرية والتنوع في اختيار البرامج التي يرغبون في مشاهدتها,كما يتيح فرصا واسعة للمشاهدين للمزيد من الخدمات والبرامج الترفيهية مثل الحصول على المواد التلفزيونية والخدمات المختلفة بشكل خاص لكل فرد من أفراد الأسرة حسب رغبته,فكل فرد يمكنه تحديد تصميم نشرة الأخبار التي يريد مشاهدتها في الوقت الذي يختاره بغض النظر عن موعد إذاعتها أو مصدر إذاعتها

- **التجارة الالكترونية :-**

هي واحدة من الخدمات التي يقدمها التلفزيون التفاعلي وتتم من خلالها تطبيقات التجارة الإلكترونية عبر التلفزيون ,وهو يتيح شراء البضائع التي تشاهدها عبر الشاشة,ومع التلفزيون التفاعلي تأخذ التجارة الالكترونية شكلا جديدا,فمثلا يمكن عمل جولة في ديكور تخيلي لمحل ملابس رجالي(الكاميرا تتحرك في جميع الاتجاهات عبر جهاز التحكم)إلى أن تستقر على إحدى السلع,حيث يمكن الضغط على صورتها للاطلاع على تفاصيل عنها, وبعد الحصول على التفاصيل يمكنك شراؤها ويتم الدفع على قناة التليفزيون التفاعلي عبر عدة وسائل منها كروت الائتمان وشيكات البنك الإلكتروني ...

الإعلانات:-

ويعتمد التليفزيون التفاعلي في تقديم الإعلانات على دفع المستهلك لمعرفة المزيد من المعلومات عن السلعة ، وتمر الدعاية في التليفزيون التفاعلي أمام المشاهد أثناء مشاهدته للعرض دون انقطاع
أو توقف لمادة العرض ، و إذا أراد المشاهد معرفة المزيد عن السلعة المقدمة ، فعليه أن يقوم بالضغط (عبر لوحة جهاز التحكم أو لوحة المفاتيح أو الفارة) على لوحة الإعلان التي تمر أمامه ، فيشاهد التفاصيل عن السلعة التي يرغب في معرفة تفاصيل عنها ، وإذا كان البرنامج الذي تشاهده مبرمجاً حسب الطلب على صندوق العرض ، فإنه يمكنك العودة مرة أخرى للبرنامج دون أن يفوتك منه شيء
مثلا : عند الحديث عن الشعر يسأل المشاهد ، ماهي نوعية شعرك؟ مالونه؟ هل لديك قشرة؟ هل تشكو من تساقط الشعر؟ .. الخ ثم تقدم له حلا مناسبا من الشامبو . يمكن أيضا أن يرسل له عينة من هذا الشامبو ليجربه.
الشراء من خلال التلفزيون التفاعلي سيكون نقلة نوعية مختلفة حيث ستظهر – حسب البرنامج– إشارات إعلانية (أسفل أو أعلى أو في مربع صغير) والمهتم سوف يضغط على الزر لمزيد من المعلومات.
مثلا برنامج سياحي عن ألمانيا ؟ عندما يضغط تفتح له شاشة كبيرة وتطلب منه بعض المعلومات (موعد السفر، المدينة التي سينطلق منها ، عدد الأفراد ، سقف الإنفاق ..) ثم تعطيه خيارا أو خيارات متعددة . موافق إذن ادخل معلومات مالية (بطاقة فيزا مثلا)

- ***الرسائل النصية:-***

وتكون في شكل نصوص تكتب على شاشة التليفزيون تبث مباشرة من محطة الإرسال وتظهر بشكل شفاف على الشاشة أو على أرضية ملونة ; لتعرض أخبار الرياضة والسياسة والبورصة وأسعار العملات وبرامج المسرح والسينما والتليفزيون . كما أن النصوص التليفزيونية من الممكن أن تستخدم في مجال العناوين السفلية التي تمر أمام المشاهد أسفل الشاشة أثناء عرض البرامج ; لتعلن عن حدث مهم أو تقدم موجز لأهم الأنباء . ومع التليفزيون التفاعلي فإن النصوص التليفزيونية تكون في اتجاهين

مكنت هذه التطورات التكنولوجية من ظهور مجموعة من الفرص الاتصالية التفاعلية حيث يوجد اليوم أعداد كبيرة من الشركات التي تقوم باستخدام التلفزيون التفاعلي في العديد من النشاطات والفعاليات وأهمها الاتصال والتفاعل مع العملاء (سواء أكانوا مستهلكين نهائيين أو مزودين وموردين وغيرهم).

- ***التلفزيون الشخصي*** :-

ويعمل هذا النظام مع وجود تكنولوجيا الفيديو كاسيت الرقمي للتسجيل ، وهو يتيح العديد من الخدمات التي تتوقف على مستوى التكنولوجيا الرقمية المستخدمة لاستقبال وتسجيل المحتويات المقدمة ومن بين تلك الخدمات القدرة على مشاهدة البرامج مع القفز على الفقرات الإعلانية المقدمة في منتصف البرنامج . و تسجيل البرامج عبر لمسة واحدة) تسجيل البرامج على نظام الفيديو الرقمي أكثر سهولة من التسجيل العادي)، حيث يتم لمس الشاشة في موضع البرنامج ضمن القائمة ; ليتم تسجيله في الوقت المحدد نظام اللمس الرقمي . و التحكم في سرعة العرض وتوقيف الصورة . و تسجيل 320 ساعة من البث التليفزيوني قبل البدء في مسح ما سجل من قبل . و إمكانية تسجيل الصور الرقمية على الجهاز ; لتعرض فيما بعد على الشاشة . و يمكن إرسال البرامج لمن يملك نظاماً مشابها فيما يعرف بنظام Box to Box) Networking)وإن كان الأمر يحتاج إلى وصلة من نوع خاص . و البحث أوتوماتيكيا عن البرامج التي تود تسجيلها بالاسم أو بالموضوع ، فإذا طلبت أن يتم تسجيل البرامج التي يظهر فيها الممثل الممثلة المفضلة لك ، فإن النظام يقوم بتسجيل كل البرامج التي يظهر فيها نجمك حتى تلك التي لم تسمع عنها من قبل . مع إمكانية استعمال جهاز التحكم ; لتخطي الفترات المملة في العرض . بالإضافة إلى استخدام وصلة بث (كابل ستلايت) أو خط التليفون للدخول على شبكة البث . بجانب برمجة الجهاز وأنت خارج البيت عبر الإنترنت واستخدام الجهاز كوحدة للألعاب الشبكية . ويوفر أيضاً إمكانية تسجيل برنامجين في نفس الوقت أثناء مشاهدة برنامج ثالث

ومشاهدة صورة داخل صورة على شاشة التليفزيون (مشاهدة ما يحدث في قنوات أخرى)

- ***المشاركات التفاعلية:***

وفي حالة وجود نظام يسمح بالمشاركة في الانتخابات عن طريق تلك الأداة، فيمكن لمشاهد التليفزيون التفاعلي المشاركة والإدلاء بصوته في الانتخابات دون الخروج من المنزل أو تريد الاشتراك بالتصويت أو إبداء الرأي في البرامج التي تشاهدها أثناء عرضها دون الحاجة لدفع تكاليف مكالمات تليفونية ، فسيكون التليفزيون التفاعلي هو الحل الأمثل لك. حيث يتيح لك الإدلاء بصوتك والاشتراك المباشر في برامج المسابقات ومعرفة النتيجة التي تحققها طوال البرنامج ، أضف إلى ذلك إمكانية التعرف على أحوال الطقس أو مشاهدة الإعلانات الخاصة فقط بالسلعة التي تود التعرف على أنواعها المختلفة بالأسلوب التفاعلي الذي يسمح لك بتوجيه الأسئلة وكأنك أمام بائع حقيقي ، وهناك العشرات من الخدمات الأخرى التي يمكن الاستفادة منها كالاشتراك في مؤتمرات الفيديو على الهواء أو برامج التعلم عن بعد

- ***دليل البرامج***:-

. وهو عبارة عن خدمة دليل البرامج الإلكتروني و تتيح لمشاهد التليفزيون التفاعلي اختيار البرامج والتجوال بين القنوات المختلفة ، كما تتيح إمكانية الدفع مقابل البرامج التي تختارها ، وهناك العديد من أنواع الدلائل الإلكترونية المتطورة تقدم عروضاً لخدمات الإنترنت المختلفة (التصفح البريد الإلكتروني المحادثة .. الخ .(ويمكن للدليل أن يقوم بتخزين القناة المفضلة لديك على ذاكرة الجهاز الموجودة وتذكيرك بمواعيد العروض المفضلة لديك ، كما أنه من الممكن عبرها إغلاق القنوات التي لا تود أن يشاهدها أطفالك ، وعند تشغيل الصندوق الفوقي فإن الدليل هو أول ما يظهر أمامك ، مما يجعل منه مكاناً خصباً للدعاية والإعلانات ، و يطلق البعض على القائمة الإلكترونية تعبير دليل البرامج التفاعلي . وهو مرحلة متقدمة عن الدليل الإلكتروني ، حيث يتم استخدام الرسومات التوضيحية لمساعدة المستخدم بشكل

أوسع ، وهذا الدليل التفاعلي يعد جزءاً من التليفزيون التفاعلي ولكنه يحتاج لبرمجيات ومعدات ذات طبيعة خاصة لكي يعمل.

- **زوايا التصوير:-**

وتعرف تلك الخدمة أيضاً باسم الرياضة التفاعلية أو وجهة النظر التفاعلية فالتليفزيون التفاعلي يتيح الاختيار بين العديد من الكاميرات الموجودة في مكان التصوير ; لترى الأحدث من وجهة النظر التي تحبها ، كما أنك من الممكن أن ترى العديد من وجهات النظر في نفس الوقت وذلك عبر نظام (الصورة داخل الصورة) وهو النظام الذي يتيح تقسيم الشاشة إلي عدة أجزاء تشاهد في كل جزء لقطة مختلفة من وجهة نظر كاميرا مختلفة . هذا النظام يتيح تقريب الصورة وتوسيع الكادر وإعادة المشاهد المختلفة وقد تم تقديم تلك الخدمة أثناء مباريات كأس العالم الماضية نحو 20 مليون مستخدم في العالم .

ومن أهم ما يقدمه التليفزيون التفاعلى من خدمات ما يلي

- **جزء من العرض** : سيتغير عروض اليوم ايضا ، حيث ستصبح عروضا تفاعلية وبدلا من مجرد الاكتفاء بمشاهدة العرض ، سيشارك المشاهدون فى العروض وكأنهم أعضاء فى لعبة ما ، بتسابق فيها المتنافسون ، فقد أطلقت شركة Sony Entertainment قناة خاصة لعروض الألعاب وهى خدمة كابل قومية ستعرض الألعاب الشعبية بأسلوب المشاركة التفاعلية وذلك على مدار 24 ساعة يوميا.
- **شبكة اللعب** : ستتيح التليفزيون التفاعلى طريقة جديدة لعرض غرائب الألعاب وسنتمكن من خلاله من الاطلاع على احدث وأعظم وأكثر الألعاب تطرفا.
- من **المشاهدة الى الفعل** :سيستخدم التليفزيون التفاعلى لما هو أكثر من مجرد المشاهدة فسيكون له دور فعال ايضا ، فسيفتح التليفزيون التفاعلى الأبواب لخدمات التسوق وأنت فى منزلك.

صحيح ان التليفزيون الحالي لن يتقادم بين يوم وليلة ، وستظل نشاهده كما نفعل اليوم الا انه لن يكون فى مقدورنا ان تتفاعل مع التليفزيون إلا إذا اشترينا نهائيا خاصة بالتليفزيون التفاعلى ، فهناك الملايين التى تنفقها الشركات وتكافح لإخراج جيل التليفزيون التفاعلى .I.T.V الى حيز الوجود وسيكون تطوير التليفزيون العادي كي يتحول الى جهاز ذكى متفاعل خطوة جبارة الى الإمام ، ومما لاشك فيه أنها ستحدث ثورة فى عالم الوسائط الإعلامية كما نعرفها فى الوقت الحاضر

كيف يعمل التلفزيون التفاعلي ؟

من خلال الريموت وجهاز الاستقبال set–top box حيث يرسل طلب معلومات حسب ما هو معروض في الشاشة و تذهب الإشارة بعد ذلك لجهة البث إما من خلال خط هاتفي موصل بجهاز الاستقبال (وهو الغالب) أو من خلال الطبق (الدش)(وهو نادر ومكلف (uplink) هذه الصناديق الذكية تفهم عادات المشاهد واهتماماته وتقترح برامج تتوافق مع ميوله كما تقدم إعلانات مناسبة للمشاهد .

ماذا يفعل المشاهد بهذه الصناديق؟

- يسجل البرامج المفضلة (ساعات طويلة تصل الى 30 ساعة)
- يعرض ، يقدم ، يؤخر، يعيد البرامج المسجلة (خصائص فيديو بالكامل)
- يختار من قائمة البرامج المقترحة

✓ **تطور التلفاز التفاعلي :–**

مر النظام بثلاثة مراحل رئيسية

1– البرمجة بمعنى يمكن ترتيب القنوات وإقفال بعضها والسماح بأخرى ووضع منبهات مع بيان تفاصيل القنوات المتاحة بالكامل

2– التلفاز المحسن وهو تطور ملموس يقدم تحسينات طفيفة تفاعلية للتلفاز العادي مثل استعراض بعض المعلومات حول البرامج أو حتى طلبات بسيطة

3- التلفاز التفاعلي حيث الخدمات التفاعلية بالكامل وهو تحت التجربته في بعض الدول الغربية.

الراى العام والتليفزيون :

يقول " هتشنسون" Hutchinson فى كتابة ذو العنوان المثير : " هنا التليفزيون : نافذتك المفتوحة على العالم " 1964) : " يعنى التليفزيون ان العالم فى منزلك وفى منزل من يعيشون على ظهر الكرة الأرضية بأسرها ، انه أكثر أهمية من وسائل الاتصال الأخرى التى أثمرها العقل الانسانى على الإطلاق، يتيح تطوير علاقات الجيرة الودية ،ويحقق التفاهم والسلام فى جميع إنحاء المعمورة أكثر من قوة مادية أخرى فى عالم اليوم " وربما لم يحرز أى مفهوم آخر هذا النجاح الذى ناله مفهوم " نافذة مفتوحة على العالم " لدرجة انه يسيطر الى يومنا على أيدلوجية الإعلام التليفزيوني.

وفقنا لمتوسط عدد الساعات التى يقضيها الناس امام شاشة التليفزيون فى دول العالم المختلفة ، تأتى اليابان فى المقدمة ، تليها الولايات المتحدة ، ثم تأتى دول أوروبا مجتمعه ، فأسيا والباسيفيك ، ثم دول الشرق الأوسط ، فأمريكا اللاتينية وأخير تأتى دول جنوب إفريقيا

لقد أصبحت الصورة التليفزيونية من أهم وسائل التاريخ ، حيث تسجل الاحداث لحظة وقوعها وتنقلها عبر الأقمار الصناعية الى إنحاء العالم كافة ، وهو ما يجعل من أرشيف محطات التليفزيون (ووكالات الإنباء العالمية) وما تحتويه من لقطات نادرة وثائق تاريخية مهمة ، حيث يتم اختصار الحدث فى لقطة تكون إيقونة له يتذكر كل من يشاهدها بقية التفاصيل التى تتداعى من ذاكرته فصورة البرج المحترق والطائرة التى تصطدم به أصبحت إيقونة هجمات الحادي عشر من سبتمبر 2001 على نيوريوك وواشنطن وصورة رائد الفضاء الامريكى " نيل ارمسترونج " وهو يخطو خطواته الأولى فوق القمر تذكرنا بانتصارعلمى كبير مكن الإنسان من تحقيق حلم قديم يتمثل فى استكشاف الكون المحيط به.

هذه الأهمية التى أصبحت بها الصورة التليفزيونية جعلت مؤسسة " اى تى ان " الإعلامية تختار عشرين لقطة تليفزيونية ، لأهم الاحداث التى غيرت وجه العالم ، وأثرت بشكل كبير فى التاريخ ، ولم تعتمد الوكالة الإعلامية التى تحتفظ بصورة تعود الى العام 1896 لمراسم تتويج الملك " نيكولاس الثانى " فى تصنيفها لتلك الاحداث على أرشيفها فقط ، بل استعانت بأرشيف وكالة" رويتر " بالإنباء والقناة الرابعة فى التليفزيون البريطاني ، جاء اختيار الوكالة لهذه اللقطات بناء على تكرار عرضها فى تليفزيونات العالم وجاءت لقطة سير رائد الفضاء الامريكى " نيل ارمسترونج" كأول إنسان وضع قدمه على القمر العام 1969 على رأس قائمة الاحداث التى غيرت وجه التاريخ ، بينما احتلت صورة سيارة الرئيس الامريكى الأسبق " جون كيندى" لحظة اغتياله فى دالاس بولاية تكساس العام 1963 المركز الثانى ، اما صورة برج التجارة العالمي فى نيويورك إثناء احتراقه وتعرض وزارة الدفاع الامريكية " البنتاجون" للعدوان فى هجمات 11 سبتمبر 2001 ، فقد قفزت الى المركز الثالث وسبقت فى ترتيبها إحداثا مهمة وقعت فى القرن العشرين ، مثل القنبلة الذرية على كل من هيروشيما ونجازاكى اليابانيتين لعام 1945 0 المركز 16) وصورة الاطفال ضحايا النابالم فى فيتنام التى سجلتها الكاميرا العام 1972 0 المركز(11) .

ومن بين الاحداث البريطانية التى ضمتها قائمة العشرين صورة : جنازة أميرة ويلز الراحلة " ديانا" العام 1997 (المركز الرابع) ورفع كابتن منتخب كرة القدم الانجليزي " بوبى مور" كاس العالم بعد فوز انجلترا به سنة 1966 (المركز الخامس) وكانت من اللقطات المؤثرة صورة تظهر فيها دموع " مارجريت تاتشر" رئيسة وزراء بريطانية السابقة والملقبة بالمرأة الحديدية لحظة خروجها من مقر الحكومة البريطانية " 10 دوانج ستريت" عقب استقالتها العام1990 (المركز الثامن) ، وان كانت هناك إحداثا أخرى خارج بريطانيا فى هذه القائمة ومنها : حصار السفارة الإيرانية فى لندن العام 1980 المركز السادس) و" مارتن لوثر

كنج" يلقى خطابه العام 1963 المركز السابع) وكارثة هندنبرج العام 1937المركز التاسع ومذبحة الألعاب الاوليمبية بميونخ العام 1972(المركز العاشر) والألعاب الاوليمبية فى برلين العام 1936 (المركز 12) ووصول " هتلر " الى الحكم فى ألمانيا العام 1933(المركز 13) والمناضلة " أيملى دافيدسون" مقتولة فى ديربى العام 1913 (المركز 14) وسقوط حائط ببرلين العام 1991(المركز 15) وخروج " نيلسون مانديلا" الزعيم الجنوب افريقى من السجن العام 1990(المركز 17) وكارثة تحكم مكوك الفضاء شالنجر العام 1986 (المركز 18) وخطاب " نيفل شامبير لاين" العام 1938 (المركز 19) وأخيرا تأتى جولة فريق " البيتلز" لأمريكا العام 1964 فى المركز (العشرين)

وبذلك تكون قائمة صور الاحداث التى غيرت العالم حسب تصنيف " آى . تى .إن" قد ضمنت خمسة إحداث وقعت فى ستينات القرن الماضي (العشرين وأربعة فى ثلاثينيات القرن نفسه ، وقد وصفها " الوين ليندسى" مدير الأرشيف فى الوكالة الإعلامية بأنها الاحداث التى أدى تسجيلها الى تغيير وجه التاريخ ، فهي عبارة عن مزج الكوارث والإحزان مع مناسبات الفرحة والبهجة ، وان كانت الأولى هى الغالبة لان البشر يحتفظون بالحزم فى ذاكرتهم فترة أطول من احتفاظهم بالفرح.

ولاشك ان القائمة السابقة هى من وجهة النظر البريطانية فقط، ولا يمكن تعميمها باى حال على دول العالم المختلفة ، صحيح ان بها بعض الصور التليفزيونية التى غيرت التاريخ العالمي كله (مثل إحداث 2001/9/11 وهبوط أول إنسان على سطح القمر ، وسقوط القنابل الذرية على اليابان ، ووصول " هتلر الى حكم ألمانيا ، إلا أنها تنفى عن دول العالم خصوصياته التاريخية المهمة فالمشاهد على سبيل المثال فى مصر يجد ان التليفزيون مازال يعرض عليه إحداثا هى بالنسبة لها الأولوية على ما عداها من إحداث عالمية أخرى ، منها مثلا : مشهد خروج الملك " فاروق " من مصر عقب ثورة 23 يوليو 1952 ، وجنازة

الزعيم " جمال عبد الناصر " فى الأول من أكتوبر العام 1970 ، ومصرع الرئيس " السادات " فى العرض العسكري يوم 6 أكتوبر 1981 ، رفع العلم المصرى فوق سيناء فى السادس من أكتوبر 1973 ، او تحويل مجرى نهر النيل بمناسبة البدء فى إقامة السد العالى فى 15 يناير 1964 ، او إعادة افتتاح قناة السويس فى 5 يونيه 1975 ، او حصول مصر على كاس الأمم الإفريقية لكرة القدم لمرات عديدة او أى من الاحداث الإرهابية التى مرت بمصر فى العقدين الثامن والتاسع من القرن الماضي ، ناهيك عن مشاهد احتفالية أخرى متعددة.

ولان بحوث المشاهدين (والمستمعين ايضا) تعد عنصر مهما وفعالا فى العملية التخطيطية لبرامج التليفزيون(والإذاعة) فعن طريقها يمكن للمخطط التعرف على سمات وخصائص ومتطلبات الجماهير واهتماماتها وتفصيلاتها كما ان لها أهمية ، خاصة فى الوقوف على مدى ما حققته على مدى البرامج المقدمة من أهداف الخطة الإعلامية لاتحاد الإذاعة والتليفزيون ، فان جهاز البحوث يحرص بصفة دائمة على رصد الاحتياجات الفعلية لقطاعي التليفزيون (والإذاعة) وتضمين خطط الأبحاث للموضوعات التى يرونها محققة لأهدافها وطرحها الى حيز التنفيذ الفعلي.

ومن بحوث المشاهدين التى أجريت خلال العام 2003/2002 بحث أراء المشاهدين حول المادة الدرامية بالتليفزيون ودورها فى التصدي لمشكلات وقضايا المجتمع المصرى ، وذلك على عينة عشوائية قوامها 1200 مفردة من الإفراد البالغين من العمر 15 الى 65 سنة فى كل من الحضر والريف بالإضافة الى مائة مفردة من الشخصيات العامة وصفوة المجتمع المهتمين بالدراما التليفزيونية ومجموعة أبحاث أراء المشاهدين حوا أداء القنوات الإقليمية الست ، وذلك على عينة عشوائية بسيطة بواقع 400 مفردة لكل قناة إقليمية ومن الإفراد البالغين من العمر 15 –65 سنة من سكان المناطق المستهدفة بكل قناة ، إضافة الى عشرين مفردة من الشخصيات العامة والقيادية بالمجتمع المحلى الذى تخدمه كل من تلك

القنوات وكذلك بحث اتجاهات الجمهور النسائي نحو برامج المرأة والأسرة بالتليفزيون وقد اجري هذا البحث على مستوى الجمهور فى الحضر والريف ن وغطى عينة عشوائية قوامها 1200 مفردة من الإناث البالغين من العمر (15 – 65 سنة) بالإضافة الى مائة مفردة من الشخصيات والقيادات النسائية بالمجتمع

وكان اتحاد الإذاعة والتليفزيون بالاشتراك مع مركز بحوث الراى العام بجامعة القاهرة ، قد اجري فى سنة 1985 دراسة ميدانية لاتجاهات الراى العام المصرى نحو التليفزيون بمناسبة مرور 25 عاما على إنشائه ، عايش خلالها 6 ملايين أسرة ، لم ينقطع يوما عن لقائها ن وذلك على عينة قوامها 8 آلاف عينة من بين قادة الراى العام فى المجتمع والشخصيات العامة ورجال الفكر ، من منطلق فكر هذه الشريحة المتميزة والقادرة على تقييم ما قد شق على المواطن العادي تقييمه ، كما ان هذه النخبة الممتازة بتكوينها واستعداداتها وثقافتها تستطيع ان تعطى الرؤية الموضوعية ، وقادرة على الكشف عن حاجات المجتمع ، وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود جوانب ايجابية للتليفزيون الى جاني من جوانبه السلبية ايضا ، ومنها ان 37% من نسبة أراء أظهرت ان التليفزيون لم يحقق عموما الغايات المطلوبة منه فى ترسيخ القيم والسلوكيات المرغوبة ، وتستند هذه الآراء الى ان الإعمال المقدمة لا تقنع الشباب المثقف ن وتسودها السطحية ، وتبعث على الملل ، كما ان هذه الدراسة تعرضت للآراء التى تضيف جديدا لبرامج التليفزيون المصرى حتى تصبح أكثر تأثيرا وفاعلية وذلك فى المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية والدينية

وهذا يقودنا لمعرفة أكثر الانتقادات الموجهة الى التليفزيون والسينما معا وهو العمل على انحطاط الذوق وتشويه معنى القيم ونحو ذلك ، وهذه الانتقادات تجمع على إننا " نشاهد قدرا كبيرا للغاية من العنف " وقد أوضحت قوانين الرقابة الذاتية التى اتفق لعيها المنتجون الأمريكيون المعروفة باسم " Code Hayes ان العنف يمثل فى : الوحشية والفظاظة ، والبذاءة ، والقسوة فى معاملة الحيوانات ،

والتجديف (شيء قريب من التفكير والهجوم على الأديان السماوية) وما الى ذلك ، وهذا هو الذى دعا " فردريك فيرتهام" F.Wertham الى مهاجمة التليفزيون واتهامه بالترويج للعنف والدعاية له قائلا : عندما يشاهد الصغار الرقص على شاشة التليفزيون فأنهم ينزعون الى الراقص ، وإذا شاهدوا مأكولات شهية او مشروبات مغرية او حلوى فأنهم يودون شراءها ، ولا يمكن التأكيد بصورة قاطعة على ان الاطفال الذين يشاهدون العنف على شاشة التليفزيون لا يتذوقونه الى حد ما ، حتى ولو لم يكونوا واعين تماما بذلك " ولقد تبنه هذا الراى مسئولون عديد

وقد اجري دراسات علمية فى جامعاتنا أثبتت ان المشاهدين يجدون إمامهم مجرما كل 17 دقيقة كل 13 دقيقة يرون ويسمعون مشهد عنف او جريمة من جرائم النصب والاحتيال ، بل ثبت ان أبناؤنا يقضون 20 ألف ساعة امام التليفزيون بمعدل 3 ساعات يوميا (فى العام 1996) منذ ان كان عمرهم سنتين وحتى بلوغهم الثامنة عشرة ، أى أكثر من عدد الساعات التى يقضونها داخل مدارسهم او جامعاتهم ، وثبت ان مسلسلات التليفزيون تقدم قيمة الفهلوة كأساس طبيعة للثراء مع الإطاحة بكل القيم وارتكاب كل أنواع الجرائم من اجل الحفاظ على الثروة والممتلكات ، مع استخدام الوسائل غير الأخلاقية كالرشاوى والعمولات والهدايا والجنس للحصول على المال.

وفى دراسة ميدانية أجراها قسم الاتصال الجماهيري بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية للعنف فى المجتمع المصرى (فى العام 2002) ثبت ان هناك خمسة إحداث عنف نشاهدها كل ساعة ، ترتفع الى 20 او 25 حادثا فى برامج وأفلام الاطفال ، وبالتطبيق على تأثير القنوات التليفزيونية الفضائية ، ثبت ان نسبة 75% من فتياتنا (بين 9 سنوات و14سنة) فضلن أفلام " الاكشن" و48% فضلن أفلام الرعب ، بينما الذكور فى نفس المرحلة العمرية يفضلون أفلام" الاكشن " بنسبة 89.3% وقد حللت الدراسة إشكال العنف فى أفلام

الموجهة للأطفال عبر الفضائيات ، فتبين ان معظم الإشكال تتركز فى إظهار القوة البدنية ، اما عن طريق استخدام أعضاء الجسم او باستخدام السلاح ، اما ترتيب إشكال العنف من حيث كثرة مشاهدها فيبدأ من تبادل إطلاق النار بالدرجة الأولى ، يليها الدفع والعرقلة والتهديد بالة حادة ، واللكم ، والرفس ، والإلقاء من مكان مرتفع ن والتهديد اللفظي والانفجاريات و، واستعمال وسائل للإيقاع بالآخرين مثل الفخ والمصيدة.

وخطورة الفضائيات ليست فقط بإثارة السلبية على الاطفال ، وإنما ايضا على الكبار ، بل وعلى النظام الثقافي والقيم فى المجتمع كله ، ويكفى دخول المواد الإعلامية التى تحملها الى الأجواء المحلية ، عبر الأقمار الصناعية ، بل والى غرف النوم بينما حدد القانون الدولي 3 أميال او 7 أميال بحرية كمياه إقليمية وكذلك حدود الأجواء الإقليمية لكل دولة ، ولكن هذه الفضائيات تخترق هذه الأجواء والأفاق دون أى اعتبار لمواثيق الشرف الدولية للإعلام ، ومن الخطورة بمكان ان تسيطر ثقافات وقوالب معتمدة على ثقافات أجنبية ، تعكس قيما وأساليب حياة غير مألوفة فى بعض الأحيان لإفراد المجتمع ، بل وتدمر عاداته وتقاليده.

ومن الملاحظ انه حتى فى الدول الغربية التى تؤمن بنظرية الحرية واستقلالية وسائل الإعلام عن الدولة ، أنها تهاجم ايضا ما يبثه التليفزيون من قيم سلبية على إفراد المجتمع ففي استطلاع للراى مولته نقابة الأطباء الامريكية العام 1996) أعلن أولياء الأمور الحرب رسميا على التليفزيون (والسينما) مطالبين بوقف جنون الإعلام ، وإغلاق اجهزة التليفزيون فى المنزل والامتناع ايضا عن ارتياد دور السينما احتجاجا على انتشار العنف المكشوف فى الأفلام والبرامج الترفيهية حتى نقابة الأطباء الامريكية بدأت فى توزيع كتاب " دليل الطبيب " الى عنف الإعلام " على 60 إلف طبيب امريكى ، للمساعدة فى تعريفهم وبالتالي تعريف مرضاهم – بإخطار العنف فى مجال الترفيه.

وفى دراسة أخرى أجرتها مجلة " دليل التليفزيون " الامريكية (فى العام 2003) ان 70% من المشاهدين قاموا بتغير محطة التليفزيون التى يشاهدونها عندما تأتى مشاهد العنف والعرى والتعليقات الجنسية الفجة ، وكذلك مشاهد العنف والدم ، وقال نحو 17% من جملة المبحوثين ان صور العنف والدم كانت أكثر المواد إيذاء على شاشة التليفزيون ، مقارنة مع نسبة 8% للغة الخارجية و 6% لمشاهد العرى.

وقد أكدت دراسة أمريكية أخرى (فى العام 2003) ان مشاهدة الاطفال أفلام العنف فى التليفزيون فد شجع على ان يصبح سلوك الطفل عدوانيا ، حتى بعد مرور 15 عاما على مشاهدته لإحداث العنف ، وقالت الدراسة ان تأثير مشاهد العنف يتساوى عند الاطفال من الجنسين ، وان هذا التأثير يصاحب الطفل حتى يصل الى العشرينات من عمره ، والمشكلة ان مشاهدة العنف فى الأفلام تعطى الطفل انطباعا بان العنف والعدوان هما الحل المناسب للعديد من المواقف.

وفى دراسة أعدها مكتب " الضامن" للاتصالات فى ايطاليا ، حول تأثير البرامج التليفزيونية على الاطفال ، ثبت ان مشاهدة البرامج المخصصة للبالغين وفى التوقيتات الليلية ، مثل برامج العنف وتلك التى تنطوي على مشاهد وموضوعات فاضحة مثل الجنس ، والعلاقات الشاذة والثرثرة تؤثر سلبيا على تعلم وانتباه أولئك الاطفال ، وهى ظاهرة فى ازدياد مطرد ، وتقدر الدراسة ان الطفل الذى بلغ سن 14 سنة قد شاهد فى المتوسط 18 ألف حادث قتل فى التليفزيون ، وفى دراسة أخرى لمعهد الدراسات الاجتماعية الايطالي ، ثبت انه حدثت خلال العام (2002) 16 ألف انتهاك للقواعد التى اتفقت عليها شبكات التليفزيون المحلية ، خلال فترة البث من الساعة 7.30 صباحا وحتى العاشرة والنصف مساء ، التى يطلع عليها الاطفال خاصة ان تلك القواعد لا تنص على أية إجراءات عقابية او غرامات ، ولذلك طالبت جميعه الدفاع عن المستهلك بمعاقبة قنوات التليفزيون التى تنتهك تلك القواعد بل وتقدمت بالفعل ببلاغ امام النيابة العامة فى

روما ضد التليفزيون الحكومي وبعض قنوات التليفزيون الخاصة بسبب الإضرار الخطيرة التى تعود على الاطفال من جراء هذه الانتهاكات.

وقد انزعج معظم المثقفين والكتاب فى مصر من الآثار السلبية الناجمة عن القنوات التليفزيونية ، سواء القومية او الخاصة ، بداية من الاغانى المسماة بالشبابية او الفيديو كليب وفقدانه لكل المشاعر والقيم الأخلاقية ، او امتهان المرأة فى المشاهد الجنسية والافلام الإباحية والشاذة ، كما أصبحت تدعو الى تهديد الهوية العربية وتعمل على محوها وإفراغ مضمونها الثقافي بل والأكثر منزلك اخطر ما تقوم به هذه القنوات الفضائية العربية من بذر الشقاق والكراهية بين الدول العربية وبعضها ولا تمس أحدا أخر غير الأمة العربية

ولذلك يطالب " د. محمد عبد القادر حاتم " بان يجب لمواجهة هذا البث الفضائي وتجنب إضرار البرامج الوافدة عبر الأقمار الصناعية ان تتحسن نوعية برامجنا التليفزيونية ، فواجب الإعلام ان يحرر البشرية من الخوف والقلق والفقر والمرض وتحقيق حرية التعبير عن الأفكار والآراء ، وان يعمل بحرية تامة من خلال نبض الشعب وليس من خلال السلطة التنفيذية ، وان ينشر المعرفة والعلم والتكنولوجيا بأسلوب سليم لمصلحة الإنسانية وان ينشر الإخبار والآراء بسرعة وصدق وحرية.

ومن اجل الاهتمام بتجويد البرامج التليفزيونية والارتقاء بها تحرص دول العالم المختلفة على إقامة المهرجانات السنوية وتقديم جوائز للإعمال المتميزة ومنها مهرجان " ايمى" التليفزيوني السنوى والذي يقام بمدينة لوس انجلوس بولاية كاليفورنيا الامريكية منذ العام 1948. وكذلك مهرجان " وليام أس بالى : التليفزيوني السنوى ، والذي يقام بمقر رابطة المخرجين بمدينة لوس انجلوس بولاية كاليفورنيا الامريكيةوهناك ايضا مهرجان نيويورك السنوى العالمي لبرامج التليفزيون ومهرجان مونت كارلو الدولي لبرامج التليفزيون بإمارة موناكو ، والاستعراض العالمي للإنتاج التليفزيوني بزراراجوزا باسبانيا ، والسوق الدولية للبرامج والتليفزيون

فى كان بفرسنا والمسابقة الدولية للأفلام والبرامج التليفزيونية الزراعية ببرلين بألمانيا.

كما لا ننسى مهرجان الإذاعة والتليفزيون الذى يقام فى مصر سنويا ، وأصبح احتفالية عربية لتقديم أهم المسلسلات والبرامج التى تعرض على شاشات التليفزيون فى جميع إنحاء العالم العربى .

التليفزيون الاقليمى فى مصر :

إضافة الى الخدمات المركزية القومية التى يقدمها التليفزيون ، فان هناك ايضا الخدمات المحلية الإقليمية حيث تنبع أهمية التليفزيون المحلى الاقليمى فى التنمية بما يوفره من خدمات إعلامية متخصصة ، تدفع المواطنين الى المساهمة الفعالة والمشاركة الايجابية فى عملية التنمية ، وقدرته على عرض ومناقشة المشكلات فى البيئة التى يعمل بها ، ومعالجتها وإيجاد الحلول لها ، ومن خلال اقترابه الصادق من المواطنين وإحساسهم بالمشاركة فى برامجه ومواده يستطيع التليفزيون الاقليمى القيام بدور فعال فى تطوير سلوكيات المواطنين ورفع تطلعاتهم وطموحاتهم وتحسين مستوى معيشتهم.

وتعمل فى مصر اليوم ست قنوات تليفزيونية إقليمية بيانها كالتالي:

أولا : القناة الثالثة : وهى أول قناة إقليمية تنشا فى مصر ، يغطى إرسالها منطقة القاهرة الكبرى (محافظات القاهرة ، والجيزة ، القليوبية) وقد بدا إرسالها رسميا فى الساعة السادسة من مساء يوم السادس من أكتوبر 1985 ، بمناسبة احتفالات أكتوبر .

وخلال العام 2003/2002 بلغ اجمالى ساعات إرسال القناة الثالثة 7040 ساعة و3 دقائق ، بمتوسط يومى 19 ساعة 17 دقيقة وقد توزعت ساعات ارسال القناة الثالثة على الوان البرامج المختلفة التالية : البرامج السياسية والاعلامية بنسبة 4.03% والبرامج الدينية بنسبة 6.58% والبرامج الثقافية بنسبة 21.88%

والبرامج التعليمية بنسبة 3.43% والمواد والبرامج الترفيهية بنسبة 39.92% وبرامج الطوائف بنسبة 12.80% وبرامج الخدمات والتوعية بنسبة 6.31% والإعلانات التجارية بنسبة 0.35% وقناة المعلومات بنسبة 4.70%

ثانيا : القناة الرابعة : وقد بدا بثها من مدينة الإسماعيلية لخدمة أبناء إقليم القناة (السويس ، الإسماعيلية ، وبورسعيد) بالإضافة الى محافظة الشرقية ، وذلك فى احتفالات نصر أكتوبر فى الخامس والعشرين من أكتوبر 1988

وخلال العام 2003/2002 بلغ اجمالى ساعات ارسال القناه الرابعة 5927 ساعة و7دقائق بمتوسط يومى 16 ساعة و14 دقيقة ، وقد توزعت ساعا ارسال القناة الرابعة على الوان البرامج المختلفة التالية : البرامج السياسة والاعلامية بنسبة 15.32% والبرامج الدينية بنسبة 7.19% والبرامج الثقافية بنسبة 17.50% والبرامج التعليمية بنسبة 3.15% والمواد والبرامج الترفيهية بنسبة 31.28% وبرامج الطوائف بنسبة 13.7% وبرامج الخدمات والتوعية بنسبة 11.60% والإعلانات التجارية بنسبة 0.27%.

ثالثا القناة الخامسة : بدا البث التجريبي للقناة الخامسة من مدينة الإسكندرية فى شهر أكتوبر 1990 تمهيدا للبث الفعلي اعتبارا من يوم 12 ديسمبر 1990 ولخدمة مدينة الإسكندرية ومحافظتي البحيرة ومطروح.

وخلال العام 2003/2002 بلغ اجمالى ساعات ارسال القناة الخامسة 5902 ساعة و 4 دقائق بمتوسط يومى 16 ساعة و10 دقائق وقد توزعت ساعات ارسال القناة الخامسة على الوان البرامج المختلفة التالية البرامج السياسة والاعلامية 7% والبرامج الدينية 5.48% والبرامج الثقافية 19.28% والبرامج التعليمية 3.17% والمواد والبرامج الترفيهية 38.26% وبرامج الطوائف بنسبة 12.32% وبرامج الخدمات والتوعية بنسبة 14.04%والإعلانات التجارية بنسبة 0.44%.

رابعا القناة السادسة : بدا البث التجريبي للقناة السادسة من مدينة طنطا فى 28 مايو 1994 تمهيدا للبث الفعلي الذى بدا مع احتفالات نصر أكتوبر فى العام نفسه ن وتخدم هذه القناة محافظات وسط الدلتا الخمس وهى (الغربية والمنوفية والدقهلية وكفر الشيخ ودمياط)

وخلال العام 2003/2002 بلغ اجمالى ساعات ارسال القناة السادسة 5807 ساعة و33 دقيقة بمتوسط يومى 15 ساعة و55 دقيقة وقد وزعت ساعات ارسال القناة السادسة على الوان البرامج المختلفة التالية : البرامج السياسية والاعلامية بنسبة 4.91% والبرامج الدينية بنسبة 7.87% والبرامج الثقافية بنسبة 27.22% والبرامج التعليمية بنسبة 3.84% والمواد والبرامج الترفيهية بنسبة 38.41% وبرامج الطوائف بنسبة 10.73% وبرامج الخدمات والتوعية بنسبة 6.81% والإعلانات التجارية بنسبة 02.%

خامسا القناة السابعة : بدا البث التجريبي لهذه القناة من مدينة المنيا فى الثامن والعشرين من شهر مايو 1994 ، ثم بد البث الفعلي لها فى شهر يوليو من العام نفسه وتغطى القناة السابعة محافظات شمال الصعيد وهى (بني سويف والفيوم والمنيا وأسيوط)

وخلال العام 2003/2002 بلغ اجمالى ساعات ارسال القناة السابعة 2752 ساعة و34 دقيقة بمتوسط يومى 15 ساعة و46 دقيقة وقد توزعت ساعات ارسال القناة السابعة على الوان البرامج المختلفة التالية : البرامج السياسية والإعلام بنسبة 6.89% والبرامج الدينية بنسبة 8.81% والبرامج الثقافية بنسبة 16.71% والبرامج التعليمية بنسبة 4.96% والمواد والبرامج الترفيهية بنسبة 37.69% وبرامج الطوائف بنسبة 16.33% وبرامج الخدمات والتوعية بنسبة 8.41% والإعلانات التجارية بنسبة .20%.

سادسا القناة الثامنة : تم افتتاح هذه القناة من أسوان يوم 31 مايو 1996 فى الاحتفالات بعيد الإعلاميين وذلك لخدمة إقليم جنوب الصعيد بمحافظاته الثلاث وهى (سوهاج وقنا وأسوان).

وخلال العام 2003/2002 بلغ اجمالى ساعات ارسال القناة السابعة 5851 ساعة و57 دقيقة بمتوسط يومى 16 ساعة ودقيقتان وقد توزعت ساعات ارسال القناة السابعة على الوان البرامج المختلفة التالية : البرامج السياسية والإعلام بنسبة 6.45% والبرامج الدينية بنسبة 8.84% والبرامج الثقافية بنسبة 22.68% والبرامج التعليمية بنسبة 4.58% والمواد والبرامج الترفيهية بنسبة 34% وبرامج الطوائف بنسبة 8.91% وبرامج الخدمات والتوعية بنسبة 8.41% والإعلانات التجارية بنسبة 0.31

الإذاعة والإندماج في المعلوماتية و الإنترنت:

راديو الإنترنت:

تم تطوير أولى إذاعات الإنترنت وهى Internet Talk Radio بواسطة كارل مالمود Carl Malamud في عام 1993 وقد استخدمت هذ الإذاعة الناشئة تكنولوجيا ناشئة أيضاً وقتها يطلق عليها Mbone IP Multicast Backbone on the Internet وفي فبراير من عام 1995بدأ بث أو راديو إنترنت على مدار الساعة وهو راديو Radio HK ، وكان يبث برامجه الموسيقية إلي فرق مستقلة وقد أنشأ نورمان هاجار من معمل نيوميديا وهى شركة إعلانات في كاليفورنيا قبل هذه الخدمة أعلنت محطة WXYC وهى راديو اف ام في شهر نوفمبر 1994 انطلاقها على الشبكة وقد توالى انطلاق الإذاعات من النوعين بمرور الوقت في الولايات المتحدة ثم أوروبا التى بدأت فيها بث راديو فيرجين Virgin Radio من بريطانيا في مارس 1996 علي مدار اليوم ثم تلاحق تطور المبادرات الفردية فقد أطلق غاى جيولاينو Guy W Giuliano في عام 1996 خدمة برامجية كاملة باسم GBS Radio Networks تطورت إلي خدمتين إذاعيتين في 1998 هما بمب BombRadio و راديو لا ود LoudRadio ليتم شراؤها في ما بعد بواسطة مؤسسة إى ميوزيك بصفة مالية ضخمة وقتها.

في عام 1999 أطلقت شركة بي أم بي أداة برامجية تمكن أى شخص من بث برامج صوتية إذاعية في عشر دقائق باسم مايكاستر MyCaster وهى برمجية تعتمد على ملفات الام بي ثري تمكن الفرد من إرسال المواد الصوتية من موسيقي وغيرها إلي الآخرين ، بينما يكون هو شخصياً يستمع إليها ويقوم البرنامج بمعالجة البث وتسجيل الصوت في قائمة خاصة بموقع البرنامج نفسه ليسمح لمن ليس لهم خبرات فنية متعمقة بتقديم المواد الصوتية بأصواتهم و

إنشاء إذاعاتهم الخاصة بهم ولكن هذا البرنامج ذهب بانهيار فقاعة الإنترنت في عام 2001.

نظم البث الإذاعى في الإنترنت:

بجانب نظام البث بواسطة تكنولوجيا الند والذي يطلق عليه أيضا البيركاستنغ يوجد نوعان من طرق البث الإذاعى أحدهما البث المتدفق والنوع الثانى البودكاستنغ وهو طريقة مستحدثة تنتشر بسرعة حاليا في شبكة الإنترنت وسوف نقدم شرحا مفصلا للطريقتين

راديو الويبكاست

هذا النوع من البث يطلق عليه بشكل عام الويبكاست وقد كان وراءه بريان رايلا منذ عام 1989 وقدمه في منتصف التسعينات ويمثل نمطاً للبث الإذاعى والتليفزيونى الحى عبر الإنترنت باستخدام نظام تكنولوجيا البث المتدفق أو طريقة الانسياب لنقل مادة واحدة لتوزيعها تزامنيا إلي المستمعين و المشاهدين في الشبكة ويعرف بالإنجليزية هكذا Transmission of linear audio or video content over the Internet تعبير الويبسكات الذي نحته في 1988 الروائي دانتييل موران في روايته Armageddon Blues تستخدمه جهات معتبرة وقانونية للمنظمة الدولية للملكية الفكرية وتمنح بموجبه بعض تصريحاً خاصاً للبث للذين يرغبون في بث مواد صوتية و مواد فيديو عبر الإنترنت بشكل قانونى وتبث به الجهات ذات السمعة في مجالات مختلفة مثل البي بي سي والسي ان ان و راديو وتليفزيون الأمم المتحدة وآلاف الجهات من مثيلاتها.

وتعتبر تكنولوجيا البث المتدفق أو طريقة الانسياب في الإنترنت أهم الطرق الأكثر شيوعاً للبث الصوتى وبث إذاعة الإنترنت وهى تمثل بديلاً عن الصوت المسجل مثلما هو الحال في ملفات واف Wav files والتى لا تبدأ في العمل حتى يتم وصول جميع مكونات الملف فبدلا من إرسال إشارات ثابتة

ترسل المحطة حزماً سمعية عبر الإنترنت لتصل إلي الكمبيوتر وفي العادة تنتقل الحزم عبر موجات منفصله لتصل إلي الكمبيوتر وقد تصل غير مرتبة ويعمل الكمبيوتر على تخزينيها بداية بدل تشغيلها كى يستقبل قدراً كافياً لشغل مساحة زمنية تكفي لوصول أية حزمة متأخرة قبل أن يحين دورها وتحمل كل حزمة رقماً خاصاً ليتم ضغط البيانات التى تحملها بهدف التوصيل الأسرع وعندما يستقبل الكمبيوتر الحزم يعيدها إلي حجمها الطبيعي أو يعيد صياغة البيانات ثم يقوم بتشغيلها وبترتيبها الصحيح والنتيجة نفس المعلومات التى تصل بالإشارات الثابتة.

وتعتبر تكنولوجيا الضغط المعروفة ب أم بي ثري هى الأكثر شعبية في إتمام هذه العملية وتليها في الأهمية طريقة أوغ فوربيس والتكنولوجيا الخاصة بمايكروسوفت.

البث الإذاعى الفضائي يغطى حيزاً جغرافياً واسعاً ولكنه محصور في تجارب محدودة للغاية:

ويتم بث البيانات بواسطة بروتوكول الإنترنت ثم يتم إعادة تجميعها وتشغيلها كما ذكرنا لذا فإن راديو الإنترنت يعمل متأخراً عدة ثوان من بداية البث و تتم عملية البث المتدفق بوجود ثلاثة مكونات رئيسية وهى :

- مصدر نظام البث الضوئي.
- أداة إعادة البث.
- مشغل البث.

وهناك العديد من الطرق لخلق مصدر أو مقلم لنظام البث الصوتى مثل خدمة شاوتكاست التى تستخدم بكثرة لبث التسجيلات الإم بي 3 وتتضمن الطرق الأخرى تكنولوجيا يطلق عليها المصدر المفتوح مثل ستريمكاست بجانب التطبيقات المجانية مثل أوغ فوربيس التى أشرنا إليها وهذه المقلمات تحمل قوائم لعشرات الآلاآف من إذاعات الإنترنت تغطى مجموعة لا حصر لها من الأنواع البرامجية.

وتسهل المقلمات عملية الإرسال وتوجيه البث إلي برامج التشغيل ، فيما يتم استخدام أداة توجيه افتراضية هى عباره عن موقع يقوم بتجميع الوصلات المتصلة بإذاعات الإنترنت والمواد المذاعة حول العالم وهذه طريقة شعبية منتشرة للاستماع يقوم خلالها الموجه الافتراضي بمساعدة المستمع للوصول إلي الإذاعة بسهولة بالنوع واللغة أو الموقع فعندما يقوم المستمع بالضغط على وصلة الاستماع يقوم الموجه الافتراضي بالاتصال بمقلم إذاعات الإنترنت ليستمع إلي من يختار منها.

وللاستماع إلي راديو الإنترنت يجب أن يحتوى الكمبيوتر على مودم بسرعة نقل جيدة ب لإضافة إلي اتصال مع الإنترنت وبطاقة صوت وسماعتين مناسبتين مع وجود برامج تشغيل الملفات الصوتية والضوئية مثل ريل بلاير وبرنامج ميديا بلاير وغيرهما ومتى ما تتوفر شروط النقل فإن نوعية الصوت الناجمة تكون أحيانا أفضل من معظم محطات الراديو التقليدية خاصة في حال عدم الاستخدام الإضافي للإنترنت في أى عمل آخر أو تصفح مواقع أخرى أما في حالة الاستخدام المزدوج للشبكة وكان تدفق الصوت يشغل حزم الذبذبات المتوفر كله فإنه ينجم عن ذلك بعض الأثر السلبي في الصوت مثل حدوث اختناق وسماع تقطعات ووقفات في الإرسال.

الإذاعة والاندماج في البث الفضائي

يعد البث الإذاعي الفضائي ثورة في عالم الراديو حيث تنقله من النظام القديم والموجه المتوسطة و القصيرة إلي عصر الفضاء وتربطه بتكنولوجيا الاتصال الحديثة مما يشكل بعثاً جديداً لجهاز وتربطه بتكنولوجيا الاتصال الحديثة مما يشكل بعثاً جديداً لجهاز الراديو يعتمد على الاستقبال المباشر من القمر الصناعى دون اللجوء إلي محطات تقوية عالية التكاليف ومحدودة الأثر و الراديو الفضائي أو راديو الأقمار الصناعية أو راديو الاشتراك وهو راديو رقمى يستقبل إشارات البث من الأقمار الصناعية التى تغطى مجالاً أرضياً جغرافياً واسعاً لا يقارن معها البث الإذاعى الأرضي بأى حال من الأحوال إذ يستطيع المستمع متابعة إشارات البث في مجال

تغطيتها بصرف النظر عن الموقع إلا إذ كان هنالك عائق مثل الأنفاق أو البيانات التى تحول دون وصول هذه ا لإشارات إلي جهاز الراديو .

ويقوم عمل نظام البث الإذاعى الرقمى المباشر عن طريق إرسال الإشارات الإذاعية من خلال طبق إرسال صغير إلي قمر صناعى ثابت في المدار الجغرافي ويعيد القمر الصناعى مباشرة إرسال الإشارات إلي الملايين من أجهزة الاستقبال (الراديو الفضائي) ولا يحتاج التقاط القمر الصناعى إلي أطباق أرضية بل هناك هوائيات صغيرة مثبته في كل حهاز راديو تلتقط الإشارة مباشرة ويحمل كل قمر من الأقمار الصناعية حزماً موجهة وتمثل كل منها المساحة التى تغطيها قناة ارسال واحدة.

وتعنى إعادة إرسال البرنامج الإذاعى من قبل القمر الصناعى توسيعاً كبيراً للمنطقة التى تغطيها محطة الإذاعة حيث تغطى 14 مليون كيلو متر مربع لكل قناة إرسال فيما تعطى في الوقت نفسه إشارة عالية النوعية تتراوح ما بين نوعية أفضل من البث على موجة اية ام إلي نوعية تماثل صوت الإسطوانه الرقمية.

حالياً توفر بعض الجهات خدمات البث الإذاعى الفضائي مع وجود عدد هائل من الإذاعات التى تبث عبر الأقمار الصناعيةويتم التقاطها باللاقط التليفزيونى المنزلى ولكن النوع المقصود هنا يتم التقاطه براديو مجهز أصلاً لالتقاط الإشارات الفضائية مثل 1ورلدسبيس في أوروبا و آسيا وأفريقيا وراديو اكس ام وسيروس وهذه الخدمات وغيرها تقدم الأخبار والموسيقي والرياضة ومتابعة الطقس وغير ذلك.

راديو ورلد سبيس:

أسست شركة راديو ورلد سبيس في 1990 بواسطة رئيسها ومديرها التنفيذي نوح سمارة المعروف بدورة في تطوير الأقمار الصناعية الإذاعية عبر راديو اكس ام الفضائي في الولايات المتحدة وقد تم له أن يبادر إلي تكنولوجيا بالراديو الفضائي ويضع خلفه الراديو القديم ذا الموجات القصيرة والمتوسطة والطويلة والإف إم.

ووتقوم مهمة ورلد سبيس على تقديم تشكيلة من الإذاعات عبر قمرين هما أفريستار وآسياستار و قد تم إطلاقهما في 1998 و2000ويتم الحصول على خدماتها

الإذاعية بالإشتراك لبرامج 62 قناة إذاعية مختلفة وطنية ودولية ومحلية ثلاثون منها تتبع لورلد سبيس نفسها و البقية هى أسماء لمحطات معروفة مثل سي ان ان العالمية خدمات الأخبار العالمية لبي بي سي وفوكس الإخبارية وغيرها وهى تقدم البرامج الإخبارية والموسيقية وبرامج الحوار وغيرها ويتم بث البرامج من الأرض إلي أقمار ورلد سبيس المختلفة من محطات بث أرضية استخدمت فيها الوصلات الصاعدة في كل من جوهانسبرج ولندن وتولوز ويغطى البث حوالى 130 بلدا تشمل الهند والصين وأفريقيا والشرق الأوسط وغرب أوروبا.

أجهزة راديو ورلد سبيس

يتم التقاط البث بأجهزة راديو قادرة على الالتقاط من الأقمار الصناعية وهى تباع بحوالى مائة دولار ويتميز جهاز الراديو الفضائي بحجمه المناسب وسهولة حمله وقدرته على استقبال 50 محطة إذاعية يرسلها كل قمر ويتم تشغيل الجهاز إما ببطارية داخلية أو بمنظم خارجى للتيار الكهربائي والقلب النابض للجهاز هو رقيقة إلكترونية في حجم قطعة العملة المعدنية وهى التى تمكن جهاز الراديو من استقبال البث الإذاعى مباشرة من القمر الصناعى و الجهاز يحتوى على شاشة تكون فيه الصورة مصاحبة للصوت بما يحقق إمكانية بث الوسائط المتعددة.

راديو اكس ام و راديو سيروس

يعمل راديو اكس ام و راديو سيروس في الولايات المتحدة لتوفير البث الإذاعى من أقمارها الصناعية ويبث الأول من واشنطن دى سي إلي قمرين صناعيين ومن ثم إلي أجهزة الإستقبال في سائر أنحاء أميركا وقد بدأ اكس ام البث الرسمى في سبتمبر 2001 وهو يقدم خدمة 70 قناة موسيقية بعضها منوع وبعضها يختص بنمط موسيقي معين و30 قناة إخبارية ورياضية و كوميدية بجانب قنوات البرامج الحوارية وقنوات الأطفال والكتب المسموعة والمنوعات.

أما راديو سيروس فهو يبث من مانهاتن إلي ثلاثة أقمار صناعية ويوفر 68 قناة موسيقية و55 قناة إخبارية ورياضية وعلمية وترفيهية أخرى ولكل من هذه الأقمار

الصناعية محطات أرضية لتقوية البث لتضمن وصول إشاراته إلي كل أنحاء أميركا و كندا بما فيها الأماكن النائية التى لا تصلها الإذاعات التقليدية بحيث يتعبك البث في كل مكان تذهب إليه فتضبط افتاة مرة واحدة دون حاجة إلي تغييرها ولأن البث الرقمى في طبيعته فإنه لا يتعرض للتشويش أو الضعف فالصوت إما أن يأتى ويندر أن ينقطع إلا في حالات نادرة مثل دخول السيارة نفقاً لا تصله محطات التقوية الأرضية كما يمكن الاستماع إلي البرامج التى تقدمها الشركتان من خلال مواقعها على الانترنت.

ويتطلب الحصولعلى إحدى الخدمتين استخدام جهاز راديو استقبال متوافقا مع إحدى الشركتين وهوائياً صغيراً زائداً الاشتراك في الخدمة إذ أن القنوات مشفرة ولما كا الاستماع إلي الراديو أكثر ما يكون في السيارات ، فإن الراديو الفضائي يركز على هذه الفئة من المستهلكين وقد بدأت كثير من الشركات المصنعة للسيارات التى تباع في الولايات المتحدة بتركيب أجهزة استقبال الراديو الفضائي في بعض موديلاتها لتكون جاهزة لاستقباله.

ومن أهم مزايا خدمة اراديو الفضائي للخدمتين الأمريكيتين العدد الكبير من القنوات التى تناسب مختلف الأذواق فهناك عشرات الأنواع من فنون الموسيقي التى لا يمكن الاستماع إليها من خلال الإذاعات التقليدية والمحلية كونها لا تتناسب مع النظام الربحى الذي تعتمد عليه هذه الإذاعات ويوفر الراديو الفضائي منبراً للفنانين للاتصال مع جماهيرهم مثلما يوفر للمهتمين بجوانب ثقافية معينة أو للناطقين باللغات المختلفة سبلاً إلي ما يستهويهم بدون فواصل إعلانية بالنسبة إلي راديو سيريوس.

أما الأخبار المحلية والتقارير مما يحصل عليه الناس من قنوات الراديو المحلية فهى غير متوفرى باستخدام الراديو الفضائي غير أن الراديو الفضائي لا يمنع الاستماع إلي المحطات المحلية فهو يحول القناة إلي الراديو المحلى على الجهاز نفسه للحصول على الأخبار المحلية.

الإذاعة والاندماج في الأجهزة اللوحية والمحمولة:

يختلف البث على أجهزة المشغلات الإعلامية الرقمية المحمولة عن مفهوم الراديو العادى وراديو الإنترنت بشكل ما إذ يتم البث هنا من مستودع ضخم للملفات الموسيقية بأنواعها في موقع على الشبكة بحيث يكون بمقدور المستخدمين أن يدخلوا الموقع ويتولوا تحميل ملفات موسيقية قام بتحميلها أفراد آخرون باستخدام أجهزة المشغلات الإعلامية الرقمية المحمولة وهذا النوع لا يقتصر على البث أو الإرسال فقط بل يعتمد على مشاركات الجميع فيه حيث يمكن لشخص تسجيل ما يريد إرساله على جهازه ثم يقوم بتحمليه على الإنترنت لكى يستعمله مستخدم آخر والعكس صحيح إذ يمكن للشخص أن يحمل ويسمع ويشاهد ما قام به الأخرون.

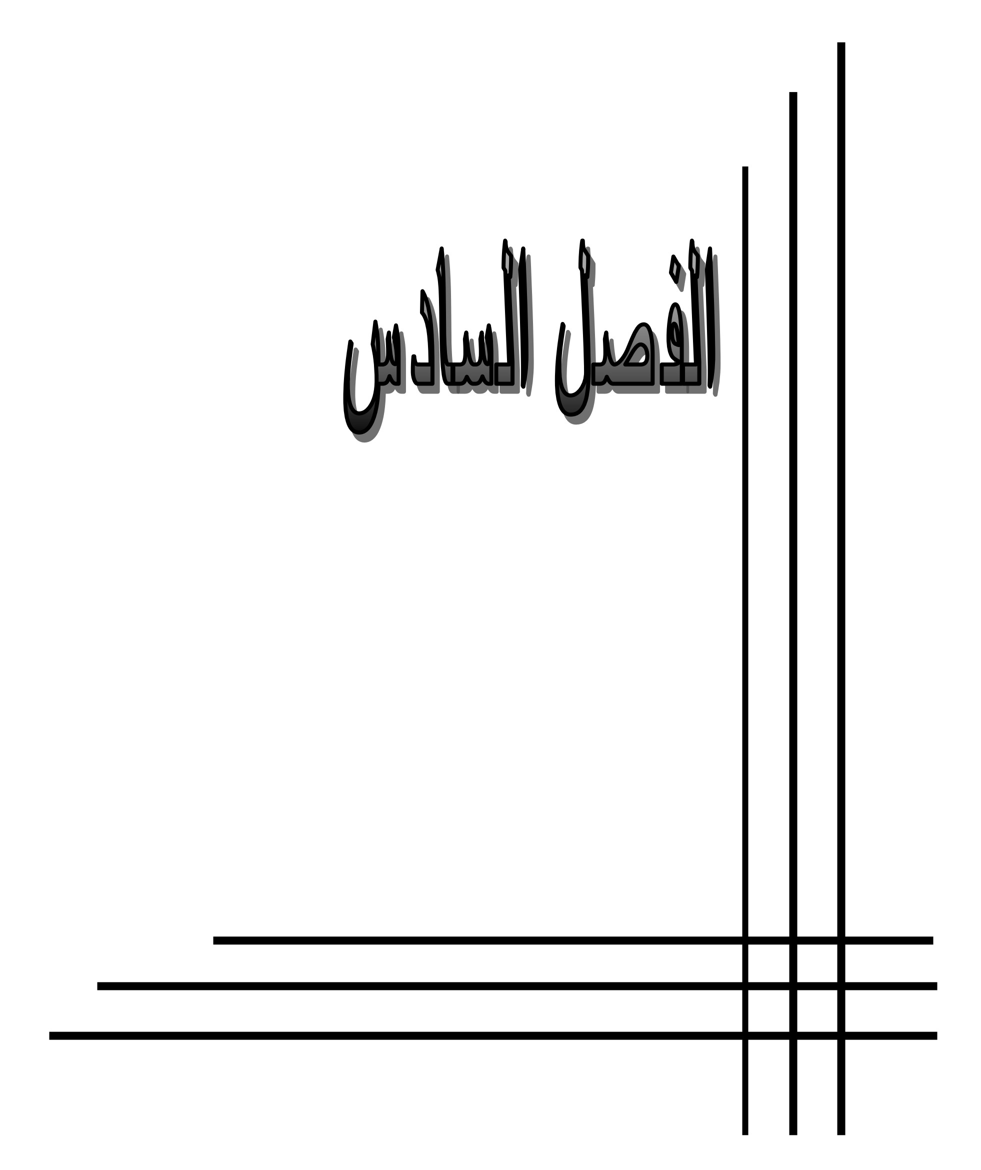
وعلى الرغم من أنه تم تدشين هذه التكنولوجيا أساساً للترويج لبيع المشغلات الموسيقية التى تعتمد بشكل أساسي علي الأغانى وغيرها من ا لملفات الموسيقية إلا أنه يمكن بث أو تحميل أى موضوعات أو حوارات شخصية بين أى مجموعة من الأفراد تربطهم علاقة معينة أو لا تربطهم أى علاقة على الإطلاق ويمكن تحميلها بأى مضامين في وقت يمثل الترفيه أحد المكونات الرئيسية التى تقود الإعلام الجديد حالياً وتغير شركات الكمبيوتر مواصفات الأجهزة باستمرار للتعامل مع مواد الترفيه الرقمى ولا يكتفي المستخدمون بالستماع بل يميلون إلي التدخل في المادة الصوتية ببرامج الكمبيوتر ما يجعلهم مشاركين في صنع المحتوى الموسيقي.

وقد تزايد الأمر مع ظهور الموسيقي الرقمية من نوع أم بي ثري التى سهلت وضع كميات كبيرة من الموسيقي في مساحة صغيرة نسبياً وهو يحتوى أضعاف ما يحتوية نظيرة من الموسيقي المصنوعة بالتكنولوجيا التقليدية فقد مكنت تكنولوجيا أم بي ثري من وضع كميات كبيرة من الموسيقي والأغانى في الأجهزة المتخصصة بالموسيقي والهاتف الخلوى والمفكرة الشخصية والمساعد الرقمى.

المشغلات الإعلامية الرقمية المحمولة هى بمثابة البديل العصري لأجهزة الووكمان وقد تعددت أنواعها وأشكالها ومواصفاتها ومزاياها وأصبحت موجودة على شكل مشغلات منفصلة أو مدمجة في الهواتف الجوالة أو في المساعدات الشخصية الرقمية أو في

مسجلات المحادثات أو حتى في الكاميرات الرقمية ويطلق عليها أيضاً أجهزة تشغيل الملفات الصوتية .

تطور هذه المشغلات كما نلاحظ يتسم بالسرعة فمنذ بضع سنوات فقط كانت الخيارات المتاحة تتمثل بشكل أساسي في الحصول على مشغلات موسيقي بسعة 128 ميجابايت يمكنها حمل كمية محدودة من الأغانى أما الآن فالوضع يختلف تماماً حيث تضاعفت السعة الى مئات الجيجابايت تماماً مثل المحركات الصلبة المحمولة مما جعلها تتسع لعشرات الآلاف من الأغانى ولتشمل مزيداً من الخصائص والخيارات الخاصة بالذاكرة والصيغ الموسيقية وطرق تشغيل الملفات المختلفة وعرض الوسائط المتعددة وحالياً انضمت أجهزة الكمبيوتر اللوحية ، كما تعمل الهواتف الذكية كأجهزة راديو وأجهزة تخزين وتشغيل للمواد الصوتية مثلها مثل أى مشغلات إعلامية محمولة.



الفصل السادس

الأهداف الإجرائية للفصل السادس

بعد دراسة هذا الفصل ينبغي أن يكون الدراس قادراً علي

1. التعرف على مفهوم عولمة الإعلام
2. التعرف علي ثقافة الترفيه والاستهلاك
3. التعرف على اشكالات الفضائيات
4. التعرف علي البديل الإعلامي : خطة لمواجهة غزو الفضائيات وتحصين الشباب

مقدمة:

إن الانفجار المعرفي المتسارع الإيقاع الذي أتى للعالم بكتل هائلة من المعارف ،والثورة التقنية المتجددة، وما أحدثته من وسائل وعلاقات جديدة وطرقاً في العمل غير مسبوقة لم تعرفها البشرية من قبل ،وما فرضته ثورة الإتصالات من نماذج متعددة من الأفكار والثقافات،كلها أدت إلى أشكال مختلفة من التغيرات في الحياة الفكرية ومظاهر العادات والقيم الاجتماعية والتي تتمثل في صراع الأجيال وتزاوج الأفكار والثقافات وفي عمليات الغزو والتتابع الثقافي .

والأخطر في عالم اليوم ،هو انتظار ما يفرزه القرن الحالي ، قرن نضوج العولمة ، من معطيات أكثر تطوراً في الثقافة والمعلومة ، وما يمكن أن يسببه هذا الوضع العالمي للواقع العربي من أزمات جديدة ،وتحديات سياسية واجتماعية وإتصالية تشكل بأجمعها معطيات حياتية تنعكس على

حركة المجتمع المادية والفكرية والخلقية والروحية والمثل والقيم والمعايير وأنماط الحياة وطرائق الحياة وأسلوب سلوكها . فإذا كان التلفزيون في عصرنا ، برأي الكثير من الباحثين ، ليس هو الأداة السحرية القادرة على تشكيل وتغيير العقائد والآراء والاتجاهات والسلوك وانما هو أحد أدوات التشكيل والتغيير، فإن ملامح الواقع تشير إلى تأثر الشباب العربي بمضامين التلفزيون على أنماط حياتهم واتجاهاتهم ،وتأثرهم بالكثير من معطيات الثقافة الوافدة ونزعاتها الفلسفية والسياسية والاجتماعية، وهذا التأثرله مسبباته الموضوعية المرتبط بالواقع الاجتماعي السياسي وبمشكلة التخلف البنيوي للمجتمع العربي،وتدهور الثقافة الإعلامية العربية ونمطيتها وبعدها عن مشكلات الشباب .

واستنادا إلى هذه المعطيات وغيرها، فإن التلفزيون بوضعه الراهن أصبح يمثل متغيرا اجتماعيا وثقافيا مهما في حياة الشباب ،فهو المصدر الرئيسي للمعلومات والتعلم، وهو أحد عمليات التنشئة الاجتماعية في الوقت الحاضر.

والملاحظ أن الشباب الخليجي تعرض لاحتلال واضح من ناحية التأثير ،مصدره محلي يتمثل بالثقافة السائدة التي تشمل كل القيم والمعايير والعادات والدين والمعلومات والأفكار والأخلاق ، داخل مجتمع تقليدي يتميز بخصائص اجتماعية ذات بنى متناقضة ونمطية : بنى أسرية واسعة تحشد بشكل متحرك ومطاط عدداً كبيرا من العناصر، متشابكة المصالح والتأثيرات ويستتبع ذلك مجموعة كبيرة من القيم الاجتماعية العشائرية والقبلية التي تحكم مسارات العلاقات العامة في هذا الإطار المؤسسي الأول

. وكل هذه البنى الاجتماعية تشكل الإطار المؤسسي العام الذي يتحرك عن طريقه الشاب العربي .

وهناك احتلال مصدره خارجي يتمثل بالثقافة الجديدة عبر قنوات عديدة ومنها وسائل الإعلام ، وهي ثقافة تروج لقيم ومعايير اجتماعية وأنماط حياتية قد لا تتلاءم مع الواقع الاجتماعي ،ولها القدرة العالية على اختراق المنطقة وعقول الناس ومنهم الشباب . وهذه القدرة تتجسد في أكثر من ظاهرة : تطور تكنولوجيا الأقمار الصناعية، وشيوع القنوات الفضائية العربية والأجنبية وانتشارها .

لهذا ينطلق البحث من معطيات قائمة حول آثار التلفزيون اجتماعياً ،وبالذات الفضائيات، ،وتأثيراتها المحتملة في بناء شخصية الشباب المعرفية والانفعالية.والبدائل المتاحة لمواجهة مضامينها وتحصين الشباب منها من خلال بناء خطة اعلامية قادرة على التقليل من اثارها منطلقين من نظرة تنبؤية بآثار الفضائيات المستقبلية.

اولاً /جدليّة الشباب والتلفزيون :

التنشئة الاجتماعية وتغيير الاتجاهات

كان الاعتقاد في السابق يشير الى أن الاضطرابات النفسية والاجتماعية التي تحدث للمراهقين والشباب تعود إلى العوامل الفسيولوجية فقط ، إلا أن الدراسات الاجتماعية والانثروبولوجية الحديثة عارضت هذا الاتجاه وربطته بعوامل عديدة أبرزها التنشئة الاجتماعية . فالتنشئة الاجتماعية كمصطلح ، كان في الماضي مرتبطاً بتعليم وتربية الصغار فقط ، بينما شمل المصطلح الحديث تنشئة الصغار والكبار معاً ، أي اعتبار التنشئة عملية مستمرة من الميلاد وحتى الممات . لأنه من الواضح إن خبرة التطبيع الاجتماعي للشخص في مرحلة الطفولة لا تستطيع إعداده لكل الأدوار الذي يتوقع منه أن يشغلها في حياته القادمة ، بل إن هذه العملية خلال سنوات النضج يجب أن تكون مطلباً أساسياً في المجتمعات الديناميّة الحديثة. وهو الذي يلتقي مع الهدف البعيد للتربية المتمثل في ما يسمى

حالياً بفكرة التنشئة الاجتماعية للكبار، وهي التربية مدى الحياة والتي تنادي بأن يعيد الكبار تنشئة أنفسهم اجتماعياً لكي يتوافقوا مع الظروف الجديدة ، لكي تكون الأدوار واضحة بين أفراد الأسرة ، وعدم تعارضها مع أدوار أخرى .

فالتنشئة الاجتماعية تتضمن عمليات متعددة أهمها التعلم الاجتماعي والتثقيف والتوافق الاجتماعي والانتقال الثقافي، وهي أيضا إكساب الفرد طفلاً أو راشداً سلوكاً ومعايير وقيماً ، عن طريق مؤسسات أسرية وتربوية ودينية وثقافية .. الخ

وتأتي وسائل الإعلام في المجتمع لتقوم بدور بارز في عملية التنشئة الاجتماعية ، وهذا الدور يزداد أهمية و تأثيراً بانتشار هذه الوسائل ، والتطور التقني لها ، واختراقها لجبهات الحياة المختلفة ، وقبولها الفعال بين الأفراد وخاصة الأطفال والمراهقين و الشباب، وتلازمها المستمر لهم طيلة الحياة منذ الطفولة وحتى نهاية العمر، من هنا نستطيع أن نقدر خطورة الآثار الاجتماعية والنفسية التي تترتب على تعرض الشباب المستمر لهذه الوسائل، وهو أيضا ما يجعل القلق الذي يبديه الكثير من الباحثين موضوعياً إزاء التأثير المحتمل لمضامين الرسائل الإعلامية المختلفة .

وعلى الرغم من أن وسائل الاتصال لها وظائفها الأساسية ، و كما حددها الباحث الأمريكي هارولد لاسول ،بثلاث وظائف جوهرية : جمع ونشر المعلومات داخلياً وخارجياً وتزويدها للجماهير لتأخذ صفة الوظيفة الإعلامية ، و تفسير المعلومات و تحليلها و اتخاذ موقف محدد ليتبناها المتلقي بحيث تصبح وظيفة دعائية ، ونقل المعارف و القيم و المعايير و

التقاليد من جيل إلى آخر لتصبح وظيفة تعليمية أو ثقافية ، فان الوظيفة الثالثة التي ترتبط بالثقافة التي تشمل (الاعتقادات و العادات و القيم و النماذج السلوكية)،فهي الوظيفة الأكثر تأثيرا وقوة في عملية التنشئة الاجتماعية . خاصة وإن وسيلة التلفزيون لها حضورها المتميز في هذه العملية الاجتماعية ،لأنها الوسيلة الشعبية الأولى بين أفراد الأسرة العربية وخاصة الشباب.

وطبيعيا أن يتعرض الشباب في المجتمع العربي بشكل عام إلى ضغوطات و تحديات بفعل الثقافة القديمة وتصادمها بالثقافة الجديدة التي افرزها التغيير المحاكي ، وما يفرزه هذا الصراع من هوة ثقافية بين الجديد والقديم ، و تناقضات تتفاوت في أبعادها على البناء الاجتماعي . وهناك التغيرات السريعة التي تحدث للمجتمع العربي في كثير من جوانبه، وما يحدثه من تأثيرات على الشباب،وعدم استيعابهم للجديد والتوافق معه مما يجعلهم في كثير من الأحيان كالغرباء في بيئتهم و محيطهم الثقافي ،وتتعارض مع قدرتهم المحدودة على القيام بعمليات التوافق بشكل جيد ، مما يؤدي إلى خلق الكثير من المشكلات الاجتماعية التي تتجسد بعدم الراحة والاضطراب والقلق والاندفاع نحو العنف أو ممارسته . وهي أعراض طارئة تمثل صنوفا من أمراض التغيير . كما أن هناك أعراضاً أخرى تشمل المضايقات التي تحدث بسبب البيئة الاجتماعية و المادية والمشحونة بمظاهر الخوف ، وما ينتج عنها من انسحاب أو هروب نفسي يتمثل في العزلة والانطواء ومظاهر النكوص أو التوقف عن العمل أو الإصابة بالاكتئاب .

وفي واقع الأمر ، فان الشباب العربي يعيش في مأزق ما يسمى بالتغيير ، وقد لخصه أحد الباحثين العرب بمجموعة من الظواهر السلبية التي تتعلق بالمحيط الاجتماعي ، وبمناخ الواقع الذي تسوده جملة من القيم الرديئة و التناقض الثقافي والفوضى الاقتصادية والفقر والفساد الإداري ومظاهر الاستغلال والتسلط والانحراف بكل صوره وأشكاله وأنواعه ، مما يجعلهم يستمدون من هذا المناخ وسلوكه نمط تفكيرهم وأسلوب حياتهم اليومية بحيث يصبح التقليد والمحاكاة لمظاهر الحياة الغربية نمطاً اجتماعياً سائداً في حياتهم اليومية ، وسلوكاً متحضراً في عملية التثقيف .

إذ يبدو معقولا أن نقول : أن الشباب يعانون من إرهاب اجتماعي متمثل في الظلم الاجتماعي ، و إرهاب عدلي متمثل في ضياع الحقوق و عدم تكافؤ الفرص . وهناك التناقض الصارخ في مكونات و قواعد الدليل الثقافي عبر تربية الأسرة و توجيهها، وتربية المدرسة وتوجيهها ، وتربية وسائل الإعلام وتوجيهها ، مما يخلق آثاراً بالغة التناقض على يقين الشباب و التزامه الأخلاقي ، وبالتالي هروبه (إلى اليقين الأكبر) ،ربما ليس عن اقتناع كامل بل كرد فعل وملاذ ملجأ للتخلص من القلق والتوتر والمعاناة .

فضلا عن التراجع الواسع للقيم التي ربيت عليها الأجيال السابقة و ربيت على احترامها بل تقديسها لتحل محلها قيم جديدة روجت لها على نطاق واسع وسائل الإعلام في وقت تكون فيه الضغوط الاجتماعية و الاقتصادية التي لا تطاق ، وكذلك تراجع الانتماء وازدياد اليأس والإحباط . ثم هناك ظاهرة انعدام القدوة في الكلمة و التصرف والسلوك واهتزاز القيم حيث القدوة انعدمت في العلم و المعلم ،وفي الإعلام و التربية ،و بذلك انهارت الثقة

فالشباب إذا ينظر حوله تبدو الصورة كئيبة من خلال البطالة و التمزق و الفقر، و انعدام أو غياب العدل ، فتمتلئ الصدور بالحقد والغضب والرغبة في تدمير كل ما هو قائم . وعند هذه النقطة تكون النفوس جاهزة لمسلسل الغضب و الإرهاب و الانحراف .

إن الفجوة الواسعة (والتي تزداد اتساعا) بين الإمكانيات المادية و دخول الأفراد و بين مستويات الطموح الاستهلاكي العالية (والتي تزداد ارتفاعا) من جهة أخرى تؤدي إلى (واحد من الأعراض المرضية المجتمعية أو الفردية على نحو لا فكاك منه ، فقد يكون الطريق هو الانحراف المباشر أو غير المباشر في سبيل الحصول على إثراء سريع بأي وسيلة ، سواء كان هذا الانحراف واقعا في دائرة التجريم القانوني أو في دائرة الاستهجان الأخلاقي أو في دائرة المعصية الدينية أو فيها جميعا) في الجانب الآخر ، هناك ضغوطات الثقافة الوافدة و تأثيراتها الاجتماعية و النفسية و الثقافية على الشباب ، و التي تحتل الأولوية في سلم عمليات التنشئة الاجتماعية في الوقت الحاضر.

وهناك (ثقافة التلفزيون) و ما تحمله من قيم وأفكاروعقائد و تناقض مع الثقافة القديمة السائدة. ويبقى التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً في الشباب والأكثر احتمالاً في عملية الانحراف الاجتماعي . وهو ما دفع بالأغلبية الساحقة من علماء الاتصال والاجتماع والنفس إلى الاعتقاد بأن التلفزيون له القدرة على تغيير موقف الناس واتجاهاتهم .

فالاتجاه كما يعرفه ترستون:هو تعميم الاستجابات تعميماً بنمو الفرد بعيداً عن شيء نفسي أو قريب منه .

وهناك من يعتقد بأن التحول في الاتجاه نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام أقل شيوعاً من التدعيم والتغيير الطفيف .ولكن قد تنجح وسائل الإعلام في بعض الأحيان بالقيام بدور أساسي في إحداث هذا التحول وخاصة في الأوقات التي ينتشر فيها عدم اليقين والحيرة حول أمور معينة,حيث إن وسائل الإعلام تستطيع أن تحدث تغيرات وتنشر اتجاهات وقيماً جديدة .
ويعتقد الكثير من العلماء بأن أي محاولة لتغيير اتجاهات الأفراد يجب أن تتضمن الوظائف التي تؤديها الاتجاهات للشخصية والتي تتلخص في الآتي :

1- **وظيفة المنفعة** : وتعني هذه الوظيفة ارتباط الاتجاه بتحقيق نوع من المنفعة أو المردود الإيجابي للفرد وتقوم هذه الوظيفة على أساس سعي الإنسان نحو إيجاد اللذة والابتعاد عن الألم .

2- **الوظيفة المعرفية** وهي الناتجة من حاجة الفرد للفهم وإضفاء المعنى على ما يدو حوله في العالم الخارجي.

3- **وظيفة التعبير عن القيمة** والتي عن طريقها يحقق الفرد الرضاء والسعادة بالتعبير عن اتجاهات منسجمة مع قيمة الشخصية وتصوره لذاته .

4- **وظيفة الدفاع عن الذات** حيث يوظَّف الاتجاه لحماية الذات ، وذلك بأن يظهر الشخص أنواعاً من التصرفات والآراء تعبر عن اتجاهات عامة يرتضيها المجتمع ويخفي اتجاهاته الحقيقية التي ربما عرضته للعقاب أو الضرر.

لذلك فإن تأثيرات الإعلام في السلوك والاتجاه مسألة شائكة لأسباب عديدة أهمها أن الاتصال عملية اجتماعية نفسية قائمة على تمثُّل الرموز وتبادلها ، وإقامة علاقة اتصالية تهدف إلى تلبية حاجات مختلفة (تعليمية وتثقيفية وترفيهية) ، مما يؤدي في النهاية إلى التأثير في السلوك الإنساني وتغيير اتجاهاته ، خاصة أن وسائل الإعلام تتوجه إلى أعداد كبيرة من البشر غير متجانسة في الأعمار والقدرات والاهتمامات والثقافات .

وفي رأينا أن دراسة تأثيرات وسائل الإعلام ، وخاصة التلفزيون ، في الاتجاهات والقيم والسلوك الاجتماعي لا بد من أن تقترن بدراسة تكوين الاتجاهات ، وكيفية السبل لتأقلم الشباب في المجتمع الذي يعيشون فيه ، وبعبارة أخرى عملية التكيف الاجتماعي التي تشكل كل أنواع التأقلم المباشر وغير المباشر والتعليم واكتساب القيم والاتجاهات .

ويثير الانتباه بروز ظاهرة الإغراق الإعلامي وتنوع مصادره من خلال الفضائيات، وهو الإغراق الذي يؤدي أحياناً إلى تنمية القلق داخل الشخصية،وإحداث ثغرات في الشخصية والمعارف والسلوك والاتجاهات.فقد أثار تيكتوروغيره بأن(تزايد المعلومات وتدفقها في نظام اجتماعي يؤدي إلى توسيع ثغرة المعرفة بدلاً من تناقصها) بينما يشير روجرز إلى أن المعلومات لن تؤدي فقط إلى تزايد ثغرات المعرفة بل إلى (ثغرات في السلوك والاتجاهات)

ثانياً /نظريات التأثير الإعلامي:

إشكالية المتلقي

على الرغم من اتفاق الباحثين وخبراء الاتصال حول المكانة المتميزة لوسائل الإعلام في المجتمع المعاصر ، وبالذات بعد الثورة المعلوماتية ، فإن حقيقة التأثيرات التي تتركها هذه الوسائل ، كان ومازال ، موضوعا للخلاف بين أصحاب الاتجاهات والتخصصات العملية المختلفة ، ويثير بينهم جدلا نظريا ومنهجيا واسعا . بل واختلفت الرؤية والتقويم لهذه الآثار حسب التخصصات والاهتمامات ، ومن زوايا اجتماعية أو نفسية أو تربوية أو إعلامية ، وتفسيرها وفق الأيديولوجيات والعقائد ، وظروف المكان والزمان . فكانت خلاصة ابرز نظريات التأثير الإعلامي تتمحور باتجاهات متباينة ، بدأت تاريخيا ، بنظرية الرصاصة من نهاية القرن التاسع عشر حتى نهاية الثلاثينات ، وهي تفترض بأن وسائل الإعلام تمتلك قوة هائلة تمكنها من تغيير اتجاهات وسلوك الرأي العام من منطلق بتماثل الطبيعة الإنسانية لدى كافة الناس، ولذا فانهم يستقبلون الرسائل الإعلامية ويتأثرون بها ويستجيبون لها بدرجات واحدة وعلى نحو آلي ومتماثل . ولكن الدراسة التي قام بها مجموعة من الباحثين عام 1940 حول انتخابات الرئاسة الأمريكية قدمت تفسيرات جديدة للتأثير الإعلامي قائمة على انتقال المعلومات على مرحلتين ، وهي الصيغة التي أكدت على دور قادة الرأي والاتصال الشخصي في دعم أو تحديد الكفاءة التأثيرية لوسائل الإعلام

بينما شهدت فترة ما بين الأربعينات استخدام البحوث الميدانية (الأمبيريقية) لتحديد اثر وسائل الإعلام، وأبرز نظرية في تلك الفترة كانت (التأثير الاختياري)،بمعنى أن التأثير الإعلامي ليس مطلقا ، بل هو تأثير محدود ومرتبط بعدة متغيرات منها ما هو نفسي مثل الفروق الفردية بين أعضاء

الجمهور ومنها ما هو اجتماعي مثل الطبقة الاجتماعية أو مستوى التعليم ومنها ما يدخل ضمن نطاق الجماعات الصغيرة مثل تأثير الأسرة والمدرسة ...الخ، وساد اعتقاد بأن دورها يكاد يقتصر على تدعيم الآراء والاتجاهات القائمة لدى الجمهور انتقائية المشاهد، وانتقائية التذكر،وانتقائية المعرفة والإدراك .

وهناك نظرية غرس الأفكار التي ترتبط بشكل كبير باسم باحث الاتصال (جورج جيربنز وهي تعبر عن قدرة التلفزيون على خلق واقع معين لمشاهديه خصوصا هؤلاء الذين يشاهدون التلفزيون بكثرة (أكثر من 4 ساعات في اليوم) ، حيث يشكل التلفزيون لهم المصدر الرئيسي أو الوحيد للحصول على المعلومات والأفكار عما يدور حولهم ، وهذا يؤدي بدوره إلى "غرس" الأفكار التي يبثها التلفزيون في وعي المشاهدين بحيث يحل (واقع التلفزيون) محل واقعهم الطبيعي .

بينما ترى نظرية أخرى تبناها (كاتز) بأن الظروف الاجتماعية هي التي تدفع الأفراد إلى الاتجاه لوسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم ، وأبرزها ظروف تثير التوتر والصراع مما يدفع الفرد إلى اتخاذ اللازم نحو تخفيف حدة هذا الشعور باختيار وسائل الإعلام ، وظروف تخلق شعورا بوجود مشكلات يوجب التعرف عليها وحلها،مما يؤدي الى توجه الفرد إلى وسائل الإعلام للحصول على معلومات تساعد على الوصول إلى الحل .

وتؤكد نظرية (التعلم من خلال الملاحظة) إلى أنه يمكن أن يتعلم الأفراد سلوك العدوان والعنف من مشاهدة برامج العنف والإثارة والرعب وخاصة

بين الأطفال والمراهقين . وان التلفزيون يؤدي دورا في التعلم طالما كان هناك تغير سلوكي ناتج عن التعرض بمحتوى البرامج التلفزيونية . بينما ترى نظرية (التنفيس) بأن الفرد يحاول تصريف غضبه ومشكلاته وهمومه واحباطاته بفعل الحياة وتناقضاتها عن طريق مشاهدة سلوك العنف لا عن طريق قيامه فعلياً بعمل عدواني .

وخلاصة النظريات الحديثة تؤكد على النظرة الشمولية لعملية الاتصال الجماهيري أي أن الأفراد يعتبرون أجزاء من أنظمة اجتماعية أكبر منهم ،وهذه الأنظمة تقع تحت تأثير عوامل متعددة منها الثقافي والاجتماعي والنفسي .وهذا ما دفع الكثير من الباحثين والمعاصرين بتطوير أساليب تأخذ في الاعتبار عوامل أخرى مثل المحيط الاجتماعي والبناء الأسري ، كما قل الاهتمام بقياس الاتجاهات وحل محله التركيز على قياس النواحي المعرفية .

بمعنى التوجه العام نحو التعرف على المتغيرات التداخلية التي قد تؤثر على شكل العلاقة بين وسائل الإعلام وأفراد الجمهور ،أي النظر إلى تأثير وسائل الإعلام بنظرة شمولية دون عزل المتغيرات الاجتماعية الخاصة بالمستقبل (الجمهور)، واعتبار الفرد جزءاً من بيئة ونظام اجتماعي شامل يتأثر به .

ونحن نرى ، أن دراسة تأثيرات وسائل الإعلام في المجتمع ينبغي أن تحلّل شمولياً بحيث تشمل أبعاد العملية الاتصالية ؛ المرسل والرسالة والمستقبل ، واعتبار عملية الاتصال ظاهرة تتسم بالتغيير المستمر،وهي لا تتم في فراغ وإنما في الإطار الاجتماعي.وهذا يعني فهم أكبر للأبعاد في هذه العملية :

معرفة الخصائص الاجتماعية والثقافية للأفراد في المجتمع المعني في التأثير وسلوكهم الاتصالي مع وسائل الإعلام ، واحتياجاتهم ودرجة اعتمادهم عليها . كذلك دراسة مضمون الرسالة من ناحية قوتها وأسلوبها ووضوحها وارتباطها بالواقع لتلبيتها لحاجات السكان واتساقها مع ثقافة المجتمع ... إلخ

فضلا عن المعرفة الاجتماعية النفسية والسياسية للمصدر (القائم بالاتصال) ، وموقفه من المشكلات وطريقة معالجتها وعلاقتهم بالجمهور ، والاهم معرفة الضغوط والظروف التي يعملون فيها داخل المؤسسات الإعلامية ، وانتماءاتها الأيدولوجية ، ومعرفة البناء السياسي والاجتماعي والاقتصادي التي تعمل فيه وسائل الإعلام ، وهذه الأبعاد مجتمعة من شأنها توضيح الحقائق المرتبطة بعامل التأثير الإعلامي .

ومع ذلك نرى ، أن التلفزيون يبقى الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً في الشباب , والأكثر احتمالا في عملية الانحراف الاجتماعي ، حيث أصبحت هذه الوسيلة متغيراً اجتماعياً وثقافياً هاماً في حياة الطفل المراهق والشاب في المجتمع المعاصر.

وتعتقد الأغلبية الساحقة من علماء الاتصال والاجتماع والنفس إمكانية تغيير موقف الناس أو سلوكهم بواسطة التلفزيون إذا ما ضم معلومات ضرورية للناس ، ويكفي مقولة شارل ديغول (أعطني هذه الشاشة الصغيرة ، وأنا أغير الشعب الفرنسي) للتأكيد على دوره الفعال في تغيير السلوك والاتجاهات بل إن تأثير التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية

يبدو واضحاً في مختلف جوانب الحياة , فهو قوة سياسية وعامل تأثير في انتخاب الرئيس والتحكم باتجاهات الرأي العام ، وهو موضع قلق من علماء الاجتماع والنفس لما يسببه من تأثيرات اجتماعية ونفسية وثقافية , تتمثل بتفاقم الجريمة والعنف , وازدياد ظاهرة السلوك الانحرافي ، وتفشي الأمراض الاجتماعية والنفسية , وتأثيراته الثقافية على المجتمع الأمريكي بحيث سيفقد خلال السنوات القادمة ، كما يرى أساتذة الاجتماع في شيكاغو ، القدرة على القراءة والكتابة بسبب التلفزيون.

ولذلك أظهرت البحوث العلمية على وجود علاقة قوية بين التلفزيون والمتمثلة بأفلام العنف والجريمة وأساليب ارتكابها ، وبين تكريس مبدأ الاستعداد النفسي للانحراف . لذلك يطلق علماء الاجتماع على التلفزيون لقب (جامعة الجريمة).

وفي رأينا أن دراسة تأثيرات التلفزيون في الاتجاهات والقيم والسلوك الاجتماعي لابد أن يقترن بدراسة تكوين الاتجاهات ، وكيفية تأقلم الشباب في المجتمع الذي يعيشون فيه، وبعبارة أخرى عملية (التكيف الاجتماعي) التي تشمل أنواع التأقلم المباشر وغير المباشر ، والتعليم واكتساب القيم والاتجاهات.

وعلينا أن نتذكر بان الأثر التلفزيوني في تعميق السلوك الانحرافي يتحدد في جوانب محدده هي :

1-السلوك الانحرافي لدى الأطفال والمراهقين:

حيث أن مشاهدة أفلام العنف والعدوان قد تؤدي إلى السلوك العدواني عندهم . ويزداد هذا الانحراف كما ترى بعض البحوث في

عملية التكرار المستمر للمادة ، وبعضها يعتقد بأن (هناك عوامل عديدة تتوسط بين المادة الإعلامية–وسلوك الفرد)

2–الجوانب المعرفية :

حيث أن إدراك الفرد بمعنى ومضمون البرنامج التلفزيوني هو الذي سيحدد مدى تأثيره فيه . فالإدراك جزء من الجانب المعرفي لذلك تهتم الدراسات الحديثة بمدى مساهمة التلفزيون في زيادة معدل النمو المعرفي عند الأطفال بعد أن كانت هذه الدراسات تهتم بدراسة مدى تأثير التلفزيون على الجانب المعرفي .

3– **التنشئة الاجتماعية**

حيث اتضح من خلال البحوث والدراسات أن التلفزيون له دور واضح في هذه العملية ، خاصة عند الأطفال ، ولعل عبارة (ألبرت بنديور) رائد من رواد نظرية التعلم الاجتماعي تؤكد على أهمية التلفزيون في حياة الطفل حيث يقول (إنه بازدياد نماذج رمزية (التلفزيون) فإن دور الوالدين والمدرسين والنماذج التقليدية الأخرى للأدوارسوف تحتل دوراً أقل أهمية في التعلم الاجتماعي)

ولكن الشيء الذي يثير القلق في رأينا , وتتوفر فيه الأدلة موضوعان هما:التكرار الواسع لأعمال العنف على الشاشة . والآثار التي تتضمنها برامج العنف والجنس.وهناك نمطان للانحراف :

أ – التأثير المباشر للانحراف حيث يرى العالم الفرنسي (Lunders) بأن الأفلام أفسدت الشباب لأنها السبب المباشر لانحرافهم . وهناك عاملان

للاتهام : التأثير الجنسي , خاصة على جنس المراهقة , والتأثير الإجرامي التي تصنعه أفلام الفيديو والتلفزيون .

ب – التقليد والمحاكاة عن طريق مشاهدة الأفلام حيث وجد الكثير من علماء الاجتماع والنفس أن ظاهرة المحاكاة هي ظاهرة نفسية . فالمراهق مثلاً يقلد غالباً حركات وتصرفات أبطال الأفلام : طريقة حديثهم ،ملابسهم ،وسلوكهم ،حيث يصبح هؤلاء الممثلون نموذجاً لهم في الحياة .

ويرى عالم النفس الفرنسي (جورج هويبر) أن عرض بعض الأفلام يصاحبه تكيفات على نسق دائري إلى جانب انفعالات نفسية أخرى مثل تنوع النشاط البيولوجي للعقل , وتوتر الجهد العضلي , مما يؤدي إلى إبراز السلوك الانحرافي للشخص .ويضيف (هويبر) نقطة أخرى وهي اختلاف هذا التكيف من مشاهد لآخر .كما أشار العلامة (أرمان لاند) إن هناك بعض الأفلام لها تأثير مسيء على الفكر وعلى التكوين الخلقي للمراهقين مما يساعد على انحرافهم . فهناك انحراف واضح في الأفلام التلفزيونية والسينمائية بما تعرضه من أفلام تثير النزعات والتشوهات الجنسية في أحط صورها عن طريق عرضها للمتع الحسية ،مما قد يشجع الشباب على التحلل من قيود المجتمع ومن ثم تؤدي إلى الاضطراب في القيم الأخلاقية .

والملفت للنظر أن القائمين بالاتصال في الوطن العربي والعالم الثالث يشجعون ترويج المواد الإعلامية السلبية ،حيث يؤكد (جون ماريل) بأن (العديد من المحررين يفضلون نشر أخبار نجوم السينما الهليوودية على

الأخبار المسماة بالتنموية ، وتفضل محطات التلفزيون عرض أفلام الإثارة والعنف والجنس على الأفلام الجادة).

لذلك كانت خلاصة البحوث والدراسات بخصوص احتمالية تأثير التلفزيون على الانحراف تتجه إلى نتائج ذات طابع شمولي وغير مطلقة في أحكامها ، ومن هذه النتائج.

1- إن مشاهدة الأفلام لا تؤدي إلى خلق المجرم من توافر لديه الاستعداد النفسي للإجرام أو الانحراف .

2- إن العوامل المتداخلة مع وسائل الإعلام مثل العوامل السياسية والاجتماعية والثقافية ، وكذلك المؤسسات الاجتماعية ، قد تشارك في عملية الانحراف ، أي أن وسيلة الإعلام ليست لوحدها تؤدي إلى الانحراف .

3- أن هناك بعض الأفلام لها تأثير سلبي على تفكير الشباب وعلى التكوين الخلقي للمراهقين مما يساعد على انحرافهم ، وخاصة أولئك الذين لم ينالوا قسطاً وافراً من التربية الفكرية .

4- أن التكرار الأفلام الجنسية والعنف والجريمة تؤدي إلى تكريس السلوك الانحرافي .

وما يزيد القلق هو نتائج البحث العربية التي اجمعت على أن الإنتاج الأجنبي المستورد يشكل أكثر من نصف ما تبثه التلفزيونات العربية حيث تشكل المادة الترفيهية الجزء الأعظم من ساعات البث اليومي . وقد قادت دراسة ميدانية أجرتها إدارة البحوث في اتحاد إذاعات الدول العربية إلى اكتشاف مفارقة رئيسية وهي ما يمكن أن نسميها بجدلية الجذب والنفور والإقبال والحذر إزاء المادة التلفزيونية الأجنبية . فهي برأي الشباب مؤثرة

ومفيدة ولكنها غير معبرة عن الواقع العربي ،وهي أداة تثقيفية وانفتاح على الآخر للإطلاع على المعلومات ومواكبة العصر ،وهي أداة لتغيير الواقع الاجتماعي ، وتغير العلاقة بالأبناء (أي أسلوب التربية والتنشئة) وتغيير تصورات الزواج ، ولكنها مع ذلك لها تأثير على ترسيخ مفهوم الاستهلاك للتقليعات والفردية والحرمان والتبعية .

ونعتقد أن هذه الصورة المشوشة المتناقضة تعود إلى أسباب كثيرة : طبيعة وأساليب تربية الشباب في المجتمعات العربية ، وضعف استقلالية التفكير، والمحيط الاجتماعي المتناقض، وعدم التوافق مع البيئة ومتغيراتها، اليأس والإحباط من الحاضر والمستقبل ، ضعف الثقافة التي تتغذى بها هذه الشريحة والتي لا تمنحها أدنى المقومات الأساسية لتأهيلها، وأخيرا ، وليس آخرا، ضعف منزلة الشباب في البرامج التلفزيونية العربية ونمطيتها ، والتلقي غير المنظم للمعلومات وكثافتها عبر المحطات العربية والأجنبية .

وكان طبيعيا أن يكون أحد مواقع الرهان الأساسية للتنافس القائم اليوم بين مراكز الإنتاج والتسويق الفاعلة على الساحة العالمية في مجال الصناعات الإتصالية (أجهزة ومضامين وخدمات) يكمن في كسب الشباب في العالم عبر رسائل تلفزيونية متنوعة ومشوقة ومثيرة تقترب من حاجاتهم وهمومهم وتطلعاتهم .

وبقدر ما تعتبر ظاهرة الشباب عالمية بعلاقتها في ثقافة الصورة ، فإن الشباب والمراهقين الذين يشكلون وزنا ديمغرافيا مهما في المجتمع العربي .يستمدون الكثير من أنماط السلوك والمثل والقيم من وسائل الإعلام الحديثة ، والتلفزيون خاصة ، حيث أصبحت هذه الوسائل تنافس العائلة والمدرسة

والنظم الاجتماعية ..الخ في عمليات التنشئة الاجتماعية . فاتساع الحقل الاجتماعي للمشاهدة في علاقته بالتحديث ، وما واكبه من تحولات في بني أوقات الفراغ يمثل أحد العوامل الفاعلة في التحولات التي شملت جوانب الحياة المختلفة، ومن ضمنها العلاقات القوية بالثقافة والإعلام والتربية ، وتأثيراتها النفسية . ولكن السؤال الجوهري يكمن في عدة محاور : أي علاقة يقيمها الشباب مع برامج التلفزيون ؟ أهي علاقة توافق وانسجام أو علاقة حياد أو تحفظ أو علاقة رفض وقطيعة ، وإلى أي مدى تتكامل أو تتباين الرسائل والمضامين مع تطلعات وتمثلات الشباب للثقافة ووظائفها الاجتماعية؟ إن الواقع يشير إلى إقبال واهتمام الشباب لبرامج القنوات الفضائية ذات الطابع الترفيهي ، وربما لأسباب كثيرة ، فهي أحيانا تغذي لديهم شعورا بالنقص الكبير الذي ينعكس على سلوكهم سلبا ، لاحتواء البرامج على التشويق والإثارة والتنوع ، وقربها لرغباتهم الثقافية والغريزية ،وهو الأمر الذي قد يؤدي إلى هروبهم من برامجهم التلفزيونية الوطنية ، وبل وهروبهم من محيطهم الاجتماعي المتناقض ، مما قد يؤدي إلى تكوين خصائص سلوكية مضطربة تجعله ينتقل من مساهمة الفعل إلى موقع الانفعال ومن ميدان التأثير إلى خانة التأثير والاستيلاب .

والملاحظ أن القاسم المشترك لبرامج القنوات الفضائية هو المادة الترفيهية وأفلام الجريمة والعنف والرعب والجنس،أي إن ثقافة الصورة تغطي عليها أكثر من ظاهرة : الاغتراب ، القلق ، إثارة الغريزة الفردية ، العدوانية ، دافعية الانحراف،سلطة المال والنساء ،حب الاستهلاك ، الأنانية،عدم

الاكتراث ،والتمرد، وكلها مفردات حياتية تتأسس في إدراك الفرد وسلوكه ومعارفه ،حيث تتحول أحيانا من صورة ذهنية إلى نشاط عملي عن طريق المحاكاة والتقليد وعمليات التطبيع الاجتماعي .

لهذا نتوقع مستقبلا أن تنشأ مشكلات اجتماعية تأخذ أبعادا واضحة في الحياة العربية ، ويتأثر فيها الأطفال والمراهقون والشباب بنتائجها السلبية .

فمن المحتمل أن تخلق برامج الفضائيات الاضطراب الاجتماعي ، وعدم الاستقرار الاجتماعي،وتعميق المشاعر الذاتية أكثر من الالتزام الجماعي ، ويضعف الولاء للمجتمع والوطن،وتنمية الفردية والروح الاستهلاكية ، وتقوض أركان التماسك الاجتماعي ، وتعميق الإحساس بالاغتراب والهروب من التصدي لواقع الحياة ، وتوسيع الانبهار بالموديل الأجنبي ، وإشاعة مشاعر الاستسلام للواقع ، وتوطين العجز في النفوس ، وإضعاف الروابط الأسرية وقيمها ، وتعميق الانعزالية بين الشباب وسحبهم إلى معارك ضارية مع النظم الاجتماعية بدءا من الأسرة وانتهاء بالدولة والأمة ، وإحجام الشباب عن ممارسة الأنشطة الإنتاجية والترويحية والاكتفاء بالتعرض للتلفزيون، واختلاف الجماعة على مجموعة من القيم والاتجاهات والمعايير ، والتأثير على مهارات الطفل المرتبطة بالمدرسة وعلى الكفاية المعرفية بصورة عامة ، وازدياد السلوك الانحرافي والأمراض الاجتماعية .

والمهم ، كما أرى مستقبلا ضعف دور الأسرة والمدرسة في عملية التنشئة الاجتماعية مقابل الدور الكبير المؤثر لوسائل الإعلام والمعلومات على اتجاهات التنشئة الاجتماعية والعمليات الاجتماعية .

1. المراجع العربية

2. إبراهيم إمام , الإعلام الإذاعي والتليفزيوني , ط 2 (القاهرة : دار الفكر العربي , 1985) .
3. إبراهيم عبد الله المسلمي , مدخل إلي الراديو والتليفزيون , (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع , 1999 م) .
4. انشراح الشال , الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية دراسة لشبكات التليفزيون ,ط 2 (القاهرة : دار الفكر العربي , 1993) .
5. انشراح الشال , دراسات في علم الاجتماع الإعلامي , الطفل المصري بين التليفزيون والفيديو والغزو الثقافي , (جامعة القاهرة : مكتبة نهضة الشرق , 1985) .
6. انشراح الشال , بث وافد علي شاشات التليفزيون , (القاهرة : دار الفكر العربي , 1994) .
7. جون ر. بيتنر , مقدمة في الاتصال الجماهيري , ط4 مترجم , مركز الكتب الأردني , 1990 , وط1 العربية أيضا , ترجمة عمر الخطيب , بيروت , المؤسسة العربية للدراسات والنشر , 1987.
8. حمدي قنديل , عربسات الشبكة الفضائية العربية وقضايا الاتصال في الوطن العربي , (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب , 1989 م) .
9. حسن عماد مكي , تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات , ط1 (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية , 1993 م) .

10. سهير عبد الغني بركات , الإذاعة الدولية دراسة مقارنة لنظمها وفلسفاتها , (الكويت : المطبعة الأهلية , 1978 م) .
11. سعيد الغريب النجار, تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية , ط1 (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية , 2003 م) .
12. سعد شعبان , نافذة علي الفضاء , (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب , 1993 م) .
13. عبد المجيد شكري , تكنولوجيا الاتصال الجديد في إنتاج البرامج في الراديو والتليفزيون , ط1 (القاهرة : دار الفكر العربي , 1996 م) .
14. عاطف عدلي العبد عبيد , الإذاعة والتليفزيون في مصر , (القاهرة : دار الفكر العربي , 2002) .
15. فاروق محمد العامري، الاستقبال التليفزيوني من الأقمار الصناعية ، ط1(القاهرة : دار الفكر العربي ، 1991م) .
16. فاروق محمد العامري , الهوائي الطبقي للاستقبال من الأقمار الصناعية , ط 4 (القاهرة : دار الفاروق للنشر والتوزيع , 1998) .
17. فاروق إبراهيم علي , الأقمار الصناعية وتكنولوجيا الاتصال , مجلة " الدراسات الإعلامية " العدد 54 , يناير / مارس 1989.
18. محمد تيمور عبد الحسيب , تطور الأقمار الصناعية بين النظرية والتطبيق , مجلة " الدراسات الإعلامية " , العدد 57 أكتوبر/ ديسمبر1989 م .
19. محمد محمد الهادي , تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات مع معجم شارح للمصطلحات , (القاهرة : المكتبة الأكاديمية , 2001).
20. محمود عبد الرءوف كامل , مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس , ط1 (جامعة القاهرة : مكتبة نهضة الشرق , 1995) .

21. ماجي الحلواني , مدخل إلي الفن الإذاعي والتليفزيوني والفضائي , (القاهرة : عالم الكتب , 2005) .
22. ماجي الحلواني , القمر الصناعي الإسلامي تحد حضاري وضرورة عصرية , (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية , 1987) .
23. محمد حيدر مشيخ , صناعة التليفزيون في القرن العشرين , (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب , 1994 م) .
24. محي الدين عبد الحليم , فنون الإعلام وتكنولوجيا الاتصال , (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية , 2006 م)
25. نوال محمد عمر , فن صناعة الخبر في الإذاعة والتليفزيون , (القاهرة : دار الفكر العربي , 1993) .
26. الراديو الرقمى ، تقنيه واعده ، الشرق الأوسط الثلاثاء 12 يونيو 2007 العدد 10423
27. عباس مصطفي صادق ، الإذاعة والاندماج " انخراط الإذاعة في أنساق الثورة الاتصالية ، مجلة الإذاعات الرقمية ، العدد4 ، 2012

28. .
29. 4- بسيوني ابراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 2008.
30. 5- تيسير مشارقة، نظرية" التأثير النائم والسينما، 19-2007 50370http://mashareqa.maktoobblog.com/cat/
31. 6- جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978.
32. 7- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 6، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006.

33. 8- دينيس مكويل، الإعلام وتأثيراته (دراسات في بناء النظرية الإعلامية)، ت: عثمان العربي، بدون مكان للنشر، 1992.
34. 9- راسم محمد الجمال، الإعلام العربي المشترك: دراسة في الإعلام العربي الدولي المشترك، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1986.
35. 10- ستيفن إينز لابير وآخرون، لعبة وسائط الإعلام (السياسة الأمريكية في عصر التلفزيون)، ت: شحدة فارع، دار البشير، عمان، 1999..
36. 11- صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
37. 12- عبد الوهاب كحيل، الرأي العام والسياسات الإعلامية، ط2، مكتبة المدينة، القاهرة، 1987.
38. 13- عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام (دراسة في ترتيب الأولويات)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
39. 14- عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، مكتبة الكتاني، الاردن . أربد، 1986.
40. 15- فاروق عمر علي، وسائل الاتصال الحديثة والرأي العام، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2004.
41. 16- فاطمة فيصل العتيبي، ورقة عمل قدمت إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 14/صفر/1428هـ.
42. 17- فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002.
43. 18- فضيل دليو، الاتصال (مفاهيمه- نظرياته- وسائله)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.

44. 19- مايكل بارنتي، أختراع الواقع، مقالة منشورة في كتاب الديمقراطية، تحرير: فيليب غرين، ت: محمد درويش، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، 2007.

45. 20- محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، 1997.

46. 21- محمد بن عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الأعلام (دراسة في النظريات والأساليب)، ط2، مكتبة العبيكان، السعودية الرياض، 1998.

47. 22- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، 1997.

48. 23- ملفين ل. ديليفر وساندرا بول.روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ت: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.

49. 24- منير البعلبكي، قاموس المورد، دار العِلم للملايين، بيروت، 2006.

50. 25- هيمن مجيد حسن، وسائل الاتصال الجماهيري في إقليم كوردستان ودورها في تشكيل الرأي العام، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية، جامعة السليمانية، 2008.

51. المراجع الأجنبية

52. http://www.iraqiscin.4t.co

53. http://www.baghdad4ever.net/vb/showthread.php?t=18834

54. http://www.zahraaa.com/m/showthread.php?t=11422

55. http://www.arabsking.com/vb/t67901.htm

56. Cherry, Colin, World Communication : Threat or Promise ? (London : Wiley intersience, 1971).

57. R. Terry Elmore, NTC,s Mass Media Dictionary, National Textbook comp., Lincolnwood, IIlinois, U.S.A 1990.

58. http://www.jableh.com/vb/t4432.html

59. http://www.alsaha.com/sahat/5/topics/242244

.60 http://www.alhandasa.net/forum/archive/index.php/t-103884.html

.61 http://www.arabicdream.com/forums/index.php?s=95f629fcb29e2564f5bcd28c673f79d3&showtopic=33046&pid=192800&st=0&#entry192800

.62 http://www.cadmagazine.net/forums/viewtopic.php?f22&t=6568

.63 http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D8%A7%D8%AA%D9%84

.64 http://mousou3a.educdz.com/0/042230_0.htm

.65 http://www.jableh.com/vb/t4432.html

.66 http://www.qariya.com/vb/showthread.php?t=8866

.67 http://www.arabicdream.com/forums/index.php?s=95f629fcb29e2564f5bcd28c673f79d3&showtopic=33046&pid=192800&st=0&#entry192800

.68 http://www.cadmagazine.net/forums/viewtopic.php?f=22&t=6568

.69 http://mousou3a.educdz.com/0/042230_0.htm

.70 http://www.qariya.com/vb/showthread.php?t=8866

.71 http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B9%D8%B1%D8%A8_%D8%B3%D8%A7%D8%AA

.72 http://www.arabsat.com/ArabSat/Arabic/AboutUS/OurHistory

.73 http://www.ikhwan.net/vb/showthread.php?t=14146

.74 http://sat.egypt.com/s/p/arab.htm

.75 Bittner, John R. Mass Communication An Introduction (N. J. : 4 th Ed. Prentice – Hall, Englewood Cliffs, 1986)

.76 Singleton, Loy A. Telecommunications in the Information Age (Cambridge, Massachusetts : 2 nd ., Ballinger Publhshing Company, 1986)